Fremdenverkehr und Motorisierung

Eine Untersuchung der Wirkungen der Motorisierung auf den Fremdenverkehr

Inaugural-Dissertation
zur
Erlangung der Doktorwürde
einer Hohen Staatswirtschaftlichen Fakultät der
Ludwig-Maximilians-Universität München

vorgelegt von

Friedrich Wagner
Diplomvolkswirt

1 9 3 7
Bernhard Sporn Verlag Zeulenroda

Inhaltsverzeichnis

III. Abschnitt.

Vorbemerkungen.

Für die Vorliegende Arbeit waren folgende Gedankengänge maßgebend.

Es sollte durch eine Gegenüberstellung der Verhältnisse im Fremdenverkehr Deutschlands vor 1933 und heute ein allgemeiner Überblick über die in jüngster Zeit erfolgten Neuerungen geboten werden. Im Rahmen der Neugestaltung des Fremdenverkehrs waren weiter die Wirkungen bzw. Veränderungen zu untersuchen, die die gleichzeitige gewaltige Steigerung der Motorisierung für den Fremdenverkehr im Gefolge hatten bzw. noch haben. Dabei wurde vermieden, auf einzelne Maßnahmen sowohl zur Förderung des Fremdenverkehrs als auch der Motorisierung einzugehen, um einen möglichst geschlossenen Charakter der Arbeit zu erreichen.

Das Ziel der Arbeit ist, zu zeigen, daß neben außerordentlichen Vorteilen, die diese Verkehrsentwicklung mit sich gebracht hat, auch Schwierigkeiten und Reibungen im Verkehr entstehen, deren Bedeutung nicht überschätzt, aber auch nicht unterschätzt werden darf.

Die besondere Schwierigkeit der Arbeit bestand in der Materialbeschaffung, vor allem in der Begründung der einzelnen Feststellungen mit Zahlen; letztere stehen heute nur in ganz geringem Umfange zur Verfügung. Ein tieferer Einblick wird wohl mit der Veröffentlichung der durch Reichsgesetz in diesem Jahre geschaffenen Reichsstatistik des Fremdenverkehrs zu gewinnen sein.

Die Feststellungen dieser Arbeit gründen sich, soweit sie nicht mit Zahlen belegt sind, einmal auf in der Fremdenverkehrspraxis erworbene Erfahrungen des Verfassers, zum anderen auf gründliche Durchsprechung der Probleme mit Sachverständigen. Beides nimmt einen großen Raum in dieser Arbeit ein, wobei zu bedenken ist, daß viele Erscheinungen im Fremdenverkehr zahlenmäßig überhaupt nicht zu erfassen sind.

I. Abschnitt.

Der Wandel im deutschen Fremdenverkehr.

1. Gründe für die schlechte Lage im Fremdenverkehr vor 1933.

Der Fremdenverkehr[1] hat sich in den letzten Jahrzehnten, aber besonders in den letzten Jahren in Deutschland stark verändert. Er ist nicht mehr die verhältnismäßig einfache Angelegenheit wie vor nicht allzu langer Zeit. „Aus kleinsten Anfängen zu einem gewaltigen Zusammenhang von Menschen und Dingen sich entwickelnd, hat er sich nicht nur der Größe und Zahl nach, sondern auch nach Wesen und Sinn verändert. Ursprünglich Angelegenheit einzelner Räume und bevorzugter Orte, dementsprechend das Monopol und die Tradition vorkehrend und von Konkurrenz und Fortschritt nicht allzusehr berührt, ist er heute völlig in den Wettbewerb (nicht nur der Räume und der Orte, sondern auch der Techniken, Moden und selbst Weltanschauungen und politischen Systeme) eingegangen, und das äußere Zeichen der Konkurrenz, die Reklame ist kaum auf irgend einem Gebiet deutlicher sichtbar"[2].

Der Fremdenverkehr konnte sich im Nachkriegsdeutschland nur in bescheidenem Umfange entwickeln. Nach einer kurzen und nicht allzu bedeutenden Besserung in den Jahren 1927/29, die parallel mit der in diesen Jahren entstandenen Scheinkonjunktur verlief, folgte in den Jahren 1930 bis 1932 ein schwerer Rückschlag[3]. Es sei im folgenden kurz auf die Gründe der schlechten Lage der deutschen Fremdenverkehrswirtschaft in den Nachkriegsjahren, insbesondere in den Jahren 1930/32 eingegangen.

Die Lage des deutschen Fremdenverkehrs nach dem Weltkriege bis zum Antritt der nationalsozialistischen Regierung ist durch die Tatsache gekennzeichnet, daß die Kenntnis von der tatsächlichen und möglichen Produktivität des Fremdenverkehrs mit der praktisch ihm gewährten Unter-

1) Handwörterbuch der Staatswissenschaften: 4. Aufl., Bd. IV. Der im folgenden zu Grunde gelegte Begriff des Fremdenverkehrs stützt sich auf die Morgenroth'schen Ausführungen im Handwörterbuch für die Staatswissenschaften. Ich schließe mich diesen, soweit sie nicht die Arbeiterwanderungen betreffen, an. Ohne aber weiter auf die Frage der Definition einzugehen, möge im folgenden als Fremdenverkehr das bezeichnet werden, was man gemeinhin im Sprachgebrauch, also in der Praxis, darunter versteht.

2) Siehe „Beiträge zur Konjunkturlehre": 1936 Seite 89: „Grundsätzliches über Fremdenverkehr und Konjunkturforschung" von Adolph Günther.

3) Vgl. Fußnote Nr. 5.

stützung nicht übereinstimmt. Es liegt ein Vergleich des Fremdenverkehrs mit dem Handel nahe, der ebenfalls seine Produktivität immer wieder unter Beweis stellen muß, um immer von neuem angegriffen zu werden, obwohl seine unbedingte wirtschaftliche Notwendigkeit für seinen Bestand spricht.

Im Jahre 1932 beschränkte sich die Hilfeleistung des Reiches für den Fremdenverkehr auf die Bereitstellung von nicht mehr als RM. 10.000 im Etat des Reichsverkehrsministers. Der frühere Reichswirtschaftsminister Dr. Hamm hatte als Vorsitzender des Hauptausschusses für Fremdenverkehr und des Bundes deutscher Verkehrsverbände und Bäder einmal von diesem Betrag humorvoll als „Anerkennungsgebühr" gesprochen. Allein um die Wende des Jahres 1932 wollte man sogar diese geringe Summe noch streichen.

Es wiederholte sich von Etat zu Etat das gleiche unwürdige Schauspiel: in den Länderregierungen, in den Kommunalverwaltungen, in den Ministerien mußte immer von neuem der Kampf um die Mittel zur Fremdenverkehrsförderung ausgetragen werden. Es waren dieselben Gründe, die gleichen Beweise, die immer wieder den Nutzen dieser Aufwendungen nachweisen mußten. Eine rühmliche Ausnahme machten nur die deutsche Reichsbahn und ein Teil der Gemeinden; sie waren die einzigen, die tatkräftige Fremdenverkehrsförderung trieben.

Von Bedeutung für die schwierige Lage im deutschen Fremdenverkehr vor dem Jahre 1933 ist weiter die Tatsache, daß der Fremdenverkehr eine besonders konjunkturempfindliche Wirtschaftserscheinung darstellt, weil er einmal von der vorhandenen Kaufkraft in der Volkswirtschaft, zum anderen von psychologischen Momenten, z. B. der Mode, der Beurteilung, der politischen Lage, und zum dritten von der unterschiedlichen Anziehungskraft des einzelnen Fremdenverkehrslandes abhängig ist. So konnte es auch nicht anders sein, als daß in den Jahren 1930 bis 1932 infolge der in Deutschland herrschenden Wirtschaftskrise, der mehr und mehr zurückgehenden internationalen Arbeitsteilung (Schrumpfungsprozeß des Welthandels, Währungsabwertungen, Devisenbewirtschaftung, einseitige Goldanhäufung gewisser Länder, Reparationen, Agrarkrisen, latente politische Unsicherheit usw.) der Fremdenverkehr als ein System von wirtschaftlichen Beziehungen leiden mußte.

Die eigentlichen Vergnügungs- und Erholungsreisen, soweit es sich um Einzelreisen handelte, die in normalen Zeiten das Hauptkontingent der Reisen darstellten, waren im Jahre 1932 stark zurückgedrängt. Außer Bäderreisen aus dringenden Gesundheitsgründen spielten meist Geschäftsreisen oder sonstige Zweckreisen eine Rolle. Ja selbst die wenigen, die noch in der Lage waren, sich eine Reise zu leisten, unterließen dies aus Gründen politisch-sozialer und wirtschaftlicher Unsicherheit. Am stärksten entwickelte sich in dieser Zeit der kurzfristige Ausflugsverkehr, gewöhnlich übers Wochenende. Diese Erscheinungsform des Reisens hat aber in den seltensten Fällen eine breitere wirtschaftliche Auswirkung, worauf im folgenden noch näher einzugehen ist.

Ein weiterer Grund für die schlechte Lage im deutschen Fremdenverkehr ist in den Bestrebungen einer Reihe von Ländern zu suchen, den eigenen ins Ausland gehenden Fremdenverkehr zu drosseln. Beispiele hierfür sind die „stay at home"-Bewegung in England und die „Bleibt im Lande"-Propaganda Hollands. Derartiges Vorgehen erfolgte meist aus wirtschafts- oder handelspolitischen Gründen. Der Fremdenverkehr wurde damit gewissermaßen durch die „Brille der Autarkie" gesehen; hiergegen sind die selben Gründe, die für die grundsätzliche Ablehnung des Autarkiegedankens sprechen, anzuführen.

Der Fremdenverkehr wurde aber nicht nur in dieser Art gedrosselt, er wurde vielmehr mit dem Beginn der Devisenbewirtschaftung zum Kompensationsprojekt der Handelspolitik. Daß auch dadurch seine Freizügigkeit leiden mußte, ist klar. Jedoch muß unter den gegenwärtigen Verhältnissen der Fremdenverkehr als „unsichtbarer Export" in die Handelspolitik eingebaut sein, wenn nicht eine das ganze Vertragssystem gefährdende Lücke entstehen soll.

Bei der Untersuchung der Lage vor 1933 kann auch an der Tatsache nicht vorbeigegangen werden, daß die Organisation im Fremdenverkehrswesen vernachlässigt war. Es herrschte dazu bei den Verbänden der Fremdenverkehrswirtschaft eine solche Vielfältigkeit von sich bekämpfenden Interessen, daß die ohnehin schwache Organisation nicht in der Lage war, den großen Aufgaben, die die veränderte Struktur des Reisens, die dauernd im Steigen begriffene Leistung der Verkehrsmittel, das raschere Lebenstempo, stellten, gerecht zu werden. Dazu kam, daß der Fremdenverkehr ganz besonders unter dem „Kleingeist der Kirchturmspolitiker und Vereinsmeier"[4] zu leiden hatte.

Die einzelnen Organisationen des deutschen Fremdenverkehrs bauten sich vor der Gründung des Reichsausschusses für den deutschen Fremdenverkehr auf dem Grundsatz der Selbstverwaltung auf. Die Grundlage bildete die einzelnen örtlichen Verkehrsvereine und Kurverwaltungen; diese schlossen sich zusammen in regionale Verkehrsverbände und wurden schließlich in ihren Interessen durch den „Bund deutscher Verkehrsverbände und Bäder" und den „Allgemeinen deutschen Bäderverband" vertreten. Ähnlich war auch die Organisation des „Reichsverbandes deutscher Hotels und verwandter Betriebe" beschaffen, die im wesentlichen die Belange der Hotels und Gaststätten vertraten. Unter Hinzuziehung weiterer Verkehrsinteressenten, z. B. der Schiffahrtslinien, der Lufthansa, der deutschen Städte, die teils wieder, wie der „Allgemeine deutsche Bäderverband" durch die dazwischen geschaltete „Reichsarbeitsgemeinschaft für deutsche Verkehrsförderung" vertreten wurden, wurde 1931 eine über den Verbände stehende Spitzenorganisation, der „Hauptausschuß für Fremdenverkehr" geschaffen, an dessen Spitze wiederum ein Viermännerausschuß stand. Einer dieser vier war ein Mitglied der Regierung, gewissermaßen als

4) Siehe: „Der bayerische Gastwirt und Hotelier" Jahrgang 1934, Nr. 40 v. 5. 10. 34: „Fremdenverkehrspolitik im neuen Deutschland" v. Fritz Gabler.

Verbindungsmann zwischen den Spitzenorganisationen und der Reichsregierung. Das Haupthindernis für eine fruchtbringende Arbeit dieses Hauptausschusses lag einmal in der außerordentlichen Kompliziertheit der ganzen Organisation, zum anderen aber in der Verschiedenheit der Interessen der Beteiligten.

Daß diese Kompliziertheit der Spitzenorganisation des Fremdenverkehrs sich auf die eigentlichen Träger des Fremdenverkehrs, die Verkehrsvereine, derart auswirken mußte, daß diese sich herzlich wenig um Verordnungen und Meinungen von oben kümmerten, ist klar. Damit aber war einem hemmungslosen Konkurrenzkampf der Fremdenverkehrsorte untereinander Tür und Tor geöffnet. Soweit die Hauptgründe für die schwierigen Verhältnisse im Fremdenverkehr.

2. Die Gründe für die Steigerung des Fremdenverkehrs seit 1933.

Erst mit dem Sieg des Nationalsozialismus begannen für den Fremdenverkehr bessere Zeiten. Aus dem unbeachteten Hilfsgewerbe wurde ein entscheidender Faktor im Aufbau unserer Wirtschaft. Folgende Ziffern zeigen in der Form eines Ausschnittes das Anwachsen des Fremdenverkehrs seit dem Jahre 1933.

Fremdenübernachtungen 1931 bis 1935/36[5].

Zahl der Fremdenübernachtungen: Winterhalbjahr.

	1931/32	1932/33	1933/34	1934/35	1935/36
Oberbayern:	1.169.963	1.161 764	1.508.225	1.945.889	2.232.629
Nied.-Bayern/Oberpfalz:	237.893	239.239	229.934	228.173	251.885
davon: Niederbayern:	142.940	136.626	132.171	133.320	136.116
„ Oberpfalz:	94.953	102.613	89.763	94.853	115.769
Pfalz:	122.629	131.273	135.793	169.902	202.278
Ob.-Franken/M.-Franken:	378 299	360.983	374.741	400.820	460.162
davon: Oberfranken:	197.316	180.526	199.708	212.023	231.890
„ Mittelfranken:	180.983	180.457	175.033	188.797	228.272
Unterfranken:	170.745	155.927	154.163	216.339	241.807
Schwaben:	352.615	396.587	457.910	698.133	816.986
Zusammen:	2.432.144	2.443.773	2.852.766	3.659.256	4.205.747

Zahl der Fremdenübernachtungen: Sommerhalbjahr.

	1931	1932	1933	1934	1935
Oberbayern:	5.002.630	4.831.074	5.584.875	8.258.819	8.197.283
Nied.-Bayern/Ob.-Pfalz:	465.784	410.427	401.122	516.917	582.856
davon Niederbayern:	289.080	258.255	261.437	351.727	388.852
„ Oberpfalz:	176.704	152.172	139.685	165.190	193.974
Pfalz:	275.337	238.706	245.161	315.060	376.180
Ob.-Franken/M.-Franken:	1.354.982	1.078.110	1.117.249	1.282.210	1.436.058
davon: Oberfranken:	841.067	668.854	730.318	846.022	877.594
„ Mittelfranken:	513.915	409.256	386.931	436.188	558.464
Unterfranken:	964.371	879.375	870.593	994.719	1.084.801
Schwaben:	1.621.806	1.499.213	1.714.381	2.421.152	2.814.767
Zusammen:	9.684.910	8.936.905	9.933.381	13.788.877	14.491.945

5) Siehe Statistisches Jahrbuch für Bayern, Jahrg. 1934, u. 1936, Seite 156 bzw. 159.

1. Der grundsätzliche Wandel in der Einstellung zum Fremdenverkehr.

Die Tatsache der Besserung der Fremdenverkehrslage ist mit dem Konjunkturanstieg der deutschen Binnenwirtschaft allein nicht geklärt: Das Entscheidende war vielmehr, daß sich in der Einstellung zum Fremdenverkehr ein gründlicher Wandel vollzog.

a) Die politische Aufgabe des Fremdenverkehrs.

Den Fremdenverkehr hatte man bisher als politisches Instrument nur in ganz bescheidenem Maße anerkannt. Daß der Fremdenverkehr „Tummelplätze politischer Hochspannung schaffen kann", war ungefähr das Ergebnis der mehr wissenschaftlichen Untersuchungen. Für die Möglichkeit einer gegenseitigen Befruchtung in politischer Beziehung zog man die Grenzen sehr eng." Bis zu einem gewissen Grade wird so der episodische Fremdenverkehr ein Mittel der Völkerverbindung und Völkerverständigung. Bis zu einem gewissen Grade! Denn nur diejenigen können zur Erreichung dieses Zieles beitragen, die die Möglichkeit zum Reisen haben. Gemessen an der Gesamtheit der Bevölkerung eines Landes, werden es nur wenige sein. Und diese Wenigen müssen Zeit — und Beobachtungsgabe haben, um sich ein Bild vom fremden Land und Volk zu machen. Gewiß, ein Abend in der noch immer romantisch anmutenden Gondel auf dem Canale Grande Venedigs, ein kirchlicher Aufzug in St. Peter in Rom, ein Abend in Siena oder im stillen Dome von Orvieto lassen die Schönheiten Italiens ahnen. Wer aber will sagen, daß er damit die Italiener oder Italien kenne? Man kann nur Individuen kennen lernen, aber nicht ein Volk, man kann einzelne Menschen hassen oder lieben, nicht ein Volk"[6]. Diese Sätze zeigen den Rahmen, in dem das Denken der Nachkriegsperiode über den Fremdenverkehr sich bewegte. Man machte dazu Einwendungen, daß die Reisedauer oft zu kurz sei, um einen richtigen Eindruck zu gewinnen, daß der Reisende gewöhnlich gar nicht der typische Vertreter seines Volkes sei, daß nur die bevorzugten Klassen reisen können, daß man Rasse oder Volkseigentümlichkeiten gerne mit Eigentümlichkeiten eines Berufes und dergleichen verwechsle. Dadurch würden Vorurteile entstehen, die mehr schaden als nützen.

Der Nationalsozialismus nahm bei der vollständigen Neuorientierung der deutschen Politik und bei seinem allseitigen Angriff auf die Arbeitslosigkeit auch das Problem Fremdenverkehr in Angriff. Seine anti-individualistische Einstellung führte zwangsläufig auch hier zu grundsätzlicher Änderung der Methoden und Begriffe. Man entdeckte im Fremdenverkehr ein wertvolles Mittel der politischen Führung eines Volkes. Der Fremdenverkehr besteht aus zwei Grunderscheinungen, der Reise und dem Aufenthalt. Die Bedingungen, denen der Mensch hierbei unterworfen ist,

---

6) Professor R. Glücksmann: „Fremdenverkehrskunde" Bern 1935.

sind in der Hauptaufgabe natürliche und persönliche. Die natürlichen, z. B. Klima, Heilmittel, Lage, Landschaft, wirken bestimmend, insbesondere auf den Organismus des Menschen. Die persönliche Bedingungen wirken sich in einem besonderen, seelischen Reiz aus und zwar dadurch, daß sie modifizierend wirken; das innere Weltbild umformen und dadurch andere Lebensformen schaffen. Die Fremde bedeutet den Menschen unseres Zeitalters den Übergang vom Haus zur Welt, vom geschlossenen einzigen Raum zur Wahl und Weite, vom Schicksalhaften zur Freiheit"[7]), sie bedeutet neue Erlebnisse, neue Freundschaften, neue Erfahrungen.

Daß eine Politik, die sich die Erziehung des Volkes zu einer Weltanschauung zur Aufgabe gesetzt hat, unter diesen Umständen, also auf Grund der durch das Reisen herbeigeführten besonderen Aufnahmefähigkeit des Menschen eine günstige Einwirkungsmöglichkeit hat, ist ohne weiteres klar. Die Erkenntnis, daß der Fremdenverkehr eine Erscheinung des Gemeinschaftslebens darstellt und deshalb auch in den Dienst der Gemeinschaft gestellt werden muß, dürfte in Deutschland ein unmittelbares Ergebnis der nationalsozialistischen Weltanschauung sein.

Die politische Zielsetzung des Fremdenverkehrs ist zweifacher Natur: „Der Fremdenverkehr arbeitet innerpolitisch an einer immer stärkeren Verschmelzung des deutschen Volkes, an einer immer größeren Angleichung der Volksgenossen, an einem immer besseren Sichkennenlernen der deutschen Stämme![8])"

Er liefert damit einen wertvollen Beitrag zur Wehrhaftmachung dieses Volkes und zu dessen Stärkung, und damit zur Bewältigung der großen nationalen Aufgaben.

Der Fremdenverkehr trägt seinen Teil bei zur Volksgesundheit und Volksertüchtigung. Welches Gewicht dieser Tatsache beigelegt wird, zeigen die Worte des Führers, nach denen der Fremdenverkehr die Aufgabe hat, dem arbeitenden Volke Erholung zu vermitteln, weil nur mit einem Volke, das starke Nerven besitzt, eine starke Politik betrieben werden kann.

Der Fremdenverkehr hat weiter die Bestrebungen unserer Außenpolitik zu unterstützen, die auf Beseitigung der in den letzten Jahrzehnten erfolgten Isolierung Deutschlands zielen. Dies geschieht dadurch, daß der in Deutschland reisende Ausländer durch Tatsachen überzeugt wird von der Friedensliebe des deutschen Volkes und damit einer gewissen ausländischen Lügenhetze der Boden entzogen wird. Die Psychologie des Fremdenverkehrs beruht darin, sich gegenseitig kennen, verstehen und achten zu lernen, von Stamm zu Stamm, von Land zu Land, von Nation zu Nation. Deshalb ist der Fremdenverkehr auch als sehr empfindliches Barometer anzusehen, wie ein Land und Volk in der Welt eingeschätzt wird.

---

7) Siehe: Archiv für den Fremdenverkehr, Jg. 5, Heft 4. „Der Aufenthalt als Grunderscheinung des Fremdenverkehrs" v. Willi Benscheidt.

8) Siehe Zeitschrift „Der Fremdenverkehr", Jg. 1, Nr. 1, v. 2. 5. 36 „Fremdenverkehrsarbeit eine Angelegenheit aller!" v. Hermann Esser.

Wenn man den Fremdenverkehr vom Standpunkt der Außenpolitik in seiner Bedeutung abwägt, so steht fest, daß eine größere Aufgabe gar nicht denkbar ist, denn schließlich liegt das Wesen jeder Außenpolitik eines Volkes in der Herstellung von Verbindungen, in dem Versuche in Frieden und Eintracht mit den übrigen Völkern der Welt zu leben und sich Sicherheiten dafür zu verschaffen, daß die Arbeiten innerhalb der eigenen Grenzen in Ruhe durchgeführt werden können.

Um aber den Fremdenverkehr für diese Aufgaben brauchbar zu machen, war notwendig, den Gedanken des Reisens in das deutsche Volk zu tragen und dafür auch die praktischen Voraussetzungen zu schaffen. Nicht nur der, der über die nötige Zeit und das nötige Einkommen verfügt, soll reisen, sondern alle die, die sich früher eine Reise nicht erlauben konnten. Die Durchführung dieses Gedankens wurde der NS-Gemeinschaft Kraft durch Freude übertragen.

b) Die wirtschaftliche Aufgabe des Fremdenverkehrs.

Der Nationalsozialismus vertritt den Grundsatz, daß die Wirtschaft den großen nationalen und politischen Zielen zu dienen hat. Dasselbe gilt auch für die Beurteilung des Fremdenverkehrs in bezug auf seine wirtschaftliche Seite. Dies bedeutet jedoch keine Vernachlässigung des Fremdenverkehrs als Wirtschaftszweig. Es ist heute eine genaue Fixierung des Postens, den der Fremdenverkehr in der Bilanz der deutschen Wirtschaft einnimmt, nicht möglich. Dies wird erst mit Hilfe der durch die Verordnung vom 27. April 1936 ins Leben gerufenen, umfassenden Statistik des deutschen Fremdenverkehrs möglich sein.

Die wirtschaftlichen Wirkungen des Fremdenverkehrs sind bereits seit langem das Objekt der verschiedensten Untersuchungen. Diese erstrecken sich jedoch alle mehr oder weniger auf Einzelerscheinungen. Man ist sich z. B. seit langem einig, daß der Fremdenverkehr für eine Reihe von Ländern einen wirtschaftlichen Faktor erster Ordnung bedeutet. Staaten mit starkem Fremdenverkehr konnten einen Teil der Passivität ihrer Warenverkehrsbilanz durch Ausländerfremdenverkehr decken. Im Jahre 1929 z. B. hatte Frankreich einen Aktivüberschuß von 1,4 Milliarden Reichsmark, Italien 531 Millionen, die Schweiz 164 Millionen, Belgien 124 Millionen, während dagegen die Fremdenverkehrsbilanz der Vereinigten Staaten mit 2,8 Milliarden Reichsmark passiv war.

Man hat den Fremdenverkehr mit dem Warenverkehr verglichen und dabei betont, daß für diesen „Export" ein Rohstoffbezug aus fremden Ländern so gut wie nicht in Frage kommt. Man hat weiter in bezug auf die Devisenlage eines Landes die besondere devisenschaffende Fähigkeit des Fremdenverkehrs anerkannt. Man hat festgestellt, daß der internationale Fremdenverkehr nicht in dem Maße eingeschrumpft ist, als der internationale Handel, was zurückzuführen sein dürfte auf die durch den transfron-

talen Fremdenverkehr ermöglichte Liquidation ausländischer Guthaben, die aus früherer Zeit stammen. Der Fremdenverkehr trägt also in der heute gegebenen Situation zu einem Ausgleich zwischen Schuldner- und Gläubigerländern bei.

Man hat weiter anerkannt, daß der Fremdenverkehr zur Erzielung einer größeren Gleichmäßigkeit in der wirtschaftlichen Entwicklung der einzelnen Landesteile und Länder beiträgt. Produktive Kräfte, die mangels günstiger örtlicher Voraussetzungen für Landwirtschaft, Industrie oder Handel brach liegen würden oder nur teilweise verwendet werden können, finden durch den Fremdenverkehr eine vollkommenere Ausnützung. Eine bessere Einkommens- und Vermögensverteilung ist die Folge, die ihr ihrerseits in vielen Fällen erst die Aufrechterhaltung des Bevölkerungsstandes in diesen Gebieten ermöglicht und den sonst für einen Teil der Bevölkerung entstehenden Zwang zur Abwanderung aufhebt[9].

Die bisherige Wirtschaftslehre ist über Betrachtung und Schilderung dieser Einzelerscheinungen nicht zu der eigentlichen wesentlichen Erkenntnis durchgedrungen, daß der Fremdenverkehr als eine Gesamtaufgabe und Gesamtleistung erfaßt werden muß. Der neue Weg, den der Nationalsozialismus eingeschlagen hat, führt zu einer umfassenden Planung und Lösung der gestellten Aufgaben. Fremdenverkehr setzt sich nicht aus einer Summe von Erscheinungen zusammen, sondern er stellt ein System von Erscheinungen und Wirkungen dar und kann damit nicht anders als ein Ausschnitt aus der Volkswirtschaft erfaßt werden. Falsch war es also, wenn früher z. B. eine Stadt eine Summe in ihrem Werbeetat auswarf und mit dieser Werbung das Ihrige zur Förderung des Fremdenverkehrs getan zu haben glaubte, ohne daran zu denken, daß Verkehrsmittel, Leistung der Fremdenverkehrsgewerbe, Pflege der Sehenswürdigkeiten, des Stadtbildes, Erziehung der Einwohner zur Gastlichkeit, Veranstaltungen und vieles andere gleichzeitig vorhanden sein müssen, wenn der Erfolg nachhaltig sein soll.

Der Fremdenverkehr stellt also keine Einzelaufgabe, sondern nur eine wirtschaftliche Gesamtaufgabe.

Eine weitere grundlegende Neuerung bedeutet es, wenn die nationalsozialistische Wirtschaftsführung den Fremdenverkehr in den Dienst der Arbeitsbeschaffung stellt. Der Fremdenverkehr ruft einen Strom von Wirtschaftsgütern, eine Konsumtion im weitesten Sinne ins Leben. Dieser Strom läuft durch die Spule der Wirtschaft und induziert in den einzelnen Wirtschaftszweigen neue Wirtschaftsstromkreise.

Die Zahl der Wirtschaftszweige und die Bedeutung, die der Fremdenverkehr für sie hat, und damit für die Arbeitsbeschaffung, lassen sich nur unvollkommen aufzeigen. In erster Linie sind es die Unternehmen, die sich mit dem Bau und Betrieb der Verkehrsmittel beschäftigen, weiter das gesamte Beherbergungsgewerbe, die Einrichtungen der Kurorte und Bä-

9) Vgl. hierzu: „Gegenwartsprobleme des Hotelwesens" von Gustav Lotz, S. 5.

der, die Reiseandenkenindustrie, das Druckereigewerbe, die vielgestalteten Zweige der Wirtschaftswerbung, Banken und Versicherungen, das Reisevermittlungsgewerbe, die mannigfachen persönlichen Dienstleistungen (Reiseführer, Berater, Gepäckbeförderer usw.), und schließlich die mit der unmittelbaren Bereitstellung der Konsumgüter beschäftigten Zweige der Wirtschaft, wie z. B. Einzelhandel, Großhandel, Industrien aller Art u. s. w.

Die Grenzen für die Eingliederung des Fremdenverkehrs in die Arbeitsbeschaffungspolitik liegen in der Saisonbedingtheit des Fremdenverkehrs. Arbeitsbeschaffungspolitik zielt auf dauernde, gleichmäßige Beschäftigung. Diese wird der Fremdenverkehr nur bis zu einem gewissen Grade bieten können. Es werden aber Maßnahmen, die auf Verlängerung der Saison zielen, vor allem auf eine gleichmäßigere Verteilung des Fremdenverkehrsstromes auf Vor- und Nachsaison eine günstige Wirkung ausüben können[10]. Bedeutsam sind in dieser Beziehung die Aufstellung des Programms der NS-Gemeinschaft Kraft durch Freude, deren Hauptreisezeit in der Vor- und Nachsaison liegt, und besonders die Bestrebungen, die auf eine günstigere Verteilung der Schulferien zielen.

c. Die kulturelle und soziale Aufgabe des Fremdenverkehrs.

Wir leben heute in einer Zeit, in der Sport, Technik und Wirtschaft fast alles Interesse der Massen verschlingen. Um so notwendiger ist es, die Schätze unserer deutschen Kultur von ihrem „Aschenbrödel-Dasein“ zu befreien; denn letzten Endes sind sie es, in denen sich der tiefste Sinn unserer Existenz auf dieser Erde enthüllt. Es bedarf nach den auf den Parteitagen der letzten Jahre in Nürnberg gehaltenen Reden keines Hinweises mehr auf die Rolle, die der Nationalsozialismus der deutschen Kultur zuerkennt.

Im Rahmen dieses Ringen um die deutsche Kultur hat der Fremdenverkehr eine neue Stellung bezogen. Hierbei ist folgendes festzustellen:

Der Fremdenverkehr verdankt seit jeher bis zu einem gewissen Grade überhaupt seine Existenz der Tatsache, daß kulturelle Güter die Menschen zum Reisen veranlassen. Sie lassen den Menschen den Besuch eines fremden Ortes begehrenswert erscheinen. „Es wird, abgesehen von dem Gottesgeschenk der natürlichen landschaftlichen Schönheit, alles was sonst den Zustrom fremder Besucher auf eine Stadt lenkt, auf die Dauer zurücktreten, gegen den Machtfaktor, den ihr Besitz an künstlerischen Werten und ihre Darbietungsfähigkeit auf diesem Felde bildet“[11].

---

10) Siehe Seite 115 „Motorisierung und die Jahreszeiten im Fremdenverkehr“, Abschnitt II/6.

11) „Kunstleben und Fremdenverkehr“ von M. Osborn, in „Der Fremdenverkehr“, herausgegeben von der Industrie- und Handelskammer, Berlin, 1929.

Der Zusammenhang zwischen Kultur und Fremdenverkehr war bisher wohl allgemein bekannt, die praktische Folgerung daraus zu ziehen, hatte man aber dem einzelnen Fremdenverkehrsort überlassen, was zur Folge hatte, daß es Orte gab, die z. B. die herrlichsten Kunstwerke beherbergten, ohne in ihrer Werbung den Fremden in gebührendem Maße auf sie aufmerksam zu machen, weil sie anderes in ihrer Werbung für wichtiger hielten. Heute hat die zentrale Organisation des Fremdenverkehrs auch hier Abhilfe geschaffen, und selbst kleinste Orte werden angehalten, in dieser Hinsicht das Mögliche zu leisten.

Zu dieser in erster Linie wirtschaftlichen Seite des Zusammenhanges zwischen Fremdenverkehr und Kultur kommt die Tatsache, daß durch den Fremdenverkehr die Kulturgüter des deutschen Volkes diesem erst wirklich nahegebracht werden. Durch die infolge der Ortsveränderung verstärkte Aufnahmefähigkeit des Reisenden gewinnt die Kunst als Erziehungsmittel an Bedeutung. Ja, man kann sagen, daß der Fremdenverkehr, wenn auch nicht die einzige, so doch die Hauptmöglichkeit bietet, die Masse des Volkes an die kulturellen Güter heranzubringen — natürlich unter der Voraussetzung, daß die Masse des Volkes reist. Denn wollten wir uns einmal den Fremdenverkehr wegdenken, so bliebe heute außer der Arbeit der NS-Gemeinschaft „Kraft durch Freude" und diesen oder jenen privaten Vereinigungen im wesentlichen nur die Liebhaberei des Einzelnen. Diese ist aber nicht in der Lage, die Verbindung der großen Masse mit den Kulturgütern herzustellen.

An sich sind diese Gedankengänge nicht neu; sie gehören aber heute zum Fundamente der Bedeutung des Fremdenverkehrs, während sie früher recht häufig vernachlässigt waren.

Zu diesen Wechselwirkungen zwischen Fremdenverkehr und Kulturgütern kommt die Tatsache, daß der Fremdenverkehr und das mit ihm gegebene Bedürfnis nach Kultur den Fremdenverkehrsort anregt zur Schaffung neuer kultureller Werte. Von diesem Gesichtspunkt aus sind mehr oder weniger alle die Maßnahmen zu betrachten, die auf eine Verschönerung des Ortsbildes zielen. Erwähnt sei in diesem Zusammenhang der in den letzten Jahren im bayerischen Alpenvorlande entstandene Villenstil, der eine Verquickung alter schöner Bauernkunst mit modernstem Geschmack darstellt. Daß hier der Fremdenverkehr Pate gestanden hat, geht daraus hervor, daß dieser Stil in Fremdenverkehrszentren wie Garmisch-Partenkirchen entstanden ist.

Das entscheidend Neue, das der Nationalsozialismus in die Zusammenhänge Kultur und Fremdenverkehr gebracht hat, besteht darin, daß sie genau wie die wirtschaftlichen Zusammenhänge in die Gesamtplanung des Fremdenverkehrs einbezogen worden sind, daß sie nicht als mehr oder weniger wichtige Einzelprobleme betrachtet werden. Damit haben sie in dem gewaltigen Zusammenhange zwischen Menschen und Dingen, die der Fremdenverkehr entwickelt hat, ihren anerkannten Platz gefunden.

Das Ziel aber ist, durch Fremdenverkehr den deutschen Menschen, insbesondere den, der bisher infolge der inneren politischen Zerissenheit des

deutschen Volkes, seiner unnatürlichen Klassenunterschiede, von den Schätzen deutscher Kultur ausgeschlossen war, an diese wieder heranzuführen.

2. Die Entwicklung der Organisation des Fremdenverkehrs seit 1933.

Zu den entscheidenden Neuerungen im Fremdenverkehr gehört die Neuordnung der Fremdenverkehrs-Organisation. Im nachfolgenden sollen lediglich die großen Linien und nicht Einzelmaßnahmen aufgezeigt werden.

a) Der Reichsausschuß für den Fremdenverkehr.

Mit dem Gesetz über den Reichsausschuß für Fremdenverkehr vom 23. 6. 1933 in der Fassung der V. O. vom 25. 10. 1935 wurde der Grund gelegt für eine großzügige Fremdenverkehrsarbeit in Deutschland. Es wurde ein Reichsausschuß für Fremdenverkehr gegründet, der unter der Leitung des Reichsministers für Volksaufklärung und Propaganda steht, dem Reichsministerium unmittelbar angeschlossen ist und der Zusammenfassung und Leitung sämtlicher Maßnahmen des Fremdenverkehrs dient. Damit wird der Fremdenverkehr zur Sache des Reiches gemacht — eine entscheidende Änderung gegenüber dem Vorzustand, wo durch behördliche Vertretung in den Organisationen des Fremdenverkehrs nur eine indirekte Mitarbeit geleistet wurde. Jetzt übernimmt der Staat selbst die Führung, womit der bis dahin herrschende Partikularismus beseitigt wird.

Die Aufgaben des Reichsausschusses für Fremdenverkehr bestehen im Erlaß hoheitlicher Anordnungen, die für die Fremdenverkehrsarbeit Richtung weisend sind. Er hat eine Doppelstellung inne, einmal „als Garant des Reiches für einen verantwortungsbewußten Einsatz aller öffentlichen Mittel zu einer großzügigen und nationalpolitisch wirkungsvollen Werbung“[12], auf der andren Seite als Treuhänder der Interessen der deutschen Fremdenverkehrsträger dem Staate gegenüber. Als Mittelsmann zwischen Staat und Fremdenverkehrsträger hat er über die Durchführung des staatlichen Willens zu wachen und andererseits die Ressortpolitik laufend zu unterrichten über die Probleme und Notwendigkeiten des Fremdenverkehrs. Deshalb gehören ihm Vertreter der einzelnen Ministerien, der Länderregierungen, der Spitzen der Verkehrsorganisationen, des Sportes, der Gemeinden, der Industrie usw. an.

b) Der Reichsfremdenverkehrsverband.

Mit diesem Gesetz war lediglich erst die Grundlage der neuen Fremdenverkehrsorganisation geschaffen. Sehr bald zeigte sich, daß die Organi-

12) Vergleiche: Hermann Esser: „Neuordnung im Fremdenverkehrswesen“, Reichsverwaltungsblatt Band 57 Nr. 11, vom 9. 5. 1936.

sation noch weiter ausgebaut werden mußte, um eine planmäßige Fremdenverkehrsarbeit zu gewährleisten. „Gestört wurden die Maßnahmen auf dem Gebiete des Fremdenverkehrs mehrfach dadurch, daß keine gesetzliche Handhabe bestand, um die Gemeinden, die aus dem Fremdenverkehr Nutzen ziehen, gleichmäßig zu erfassen, zu Abgaben heranzuziehen und bei den von ihnen zu treffenden Maßnahmen auf dem Gebiete des Fremdenverkehrs einheitlich zu führen"[13].

Die wesentlichste Aufgabe beim Weiterausbau der Fremdenverkehrsorganisation war die Schaffung einer einheitlichen, straffen Führung. Gleichgerichtetes Arbeiten auf allen Gebieten des Fremdenverkehrs, insbesondere bei der Werbung, mußte an die Stelle eigener Interessen und eigener mehr oder weniger erprobter Arbeitsmethoden der Gemeinden und Länder treten. Die neue Organisation, der die Durchführung der Richtlinien des Reichsausschusses für den Fremdenverkehr obliegt, entstand mit dem Reichsgesetz über den Reichsfremdenverkehrsverband vom 26. 3. 1936.

Bei der Schaffung des Reichsfremdenverkehrsverbandes ging man von bereits Bestehendem aus. Aus dem Bunde deutscher Verkehrsverbände und Bäder, der die bisherige Spitzenorganisation der deutschen Fremdenverkehrsverbände darstellte, dessen Rechte und Pflichten aber nicht gesetzlich geregelt waren, wurde der Reichsfremdenverkehrsverband geschaffen. In ihm sind die Landesfremdenverkehrsverbände, insgesamt 24 im Deutschen Reiche, zusammengeschlossen; diese wiederum setzen sich aus den Fremdenverkehrsgemeinden zusammen. Was den Reichsfremdenverkehrsverband von der bisherigen Spitzenorganisation hauptsächlich unterscheidet, ist die Verleihung der Eigenschaft einer Körperschaft des öffentlichen Rechtes, durch die er unter den besonderen Schutz und die Aufsicht des Reiches gestellt ist. Während der Bund deutscher Verkehrsverbände und Bäder eine Organisation darstellte, deren Aufgaben in dem Schutze privater Interessen bestand, ist der Reichsfremdenverkehrsverband aus der Sphäre des Privaten herausgehoben und mit der Verwaltung öffentlicher Aufgaben betraut worden. Der Bund deutscher Verkehrsverbände und Bäder war nichts anderes als der Beauftragte der Fremdenverkehrsvereine Deutschlands, er war gewissermaßen die „Zentralkanzlei", die sich die Fremdenverkehrsverbände in Berlin geschaffen hatten. Er hatte keine eigene Initiative, seine Aufgabe bestand in der Erfüllung der von den Landesverkehrsverbänden vorgebrachten Wünsche. Heute dagegen geht die Initiative vom Reichsfremdenverkehrsverband aus. Dieser ist nicht der zusammengefaßte Wille der Landesfremdenverkehrsverbände, sondern eher die Willensbildung der Landesfremdenverkehrsverbände, dadurch, daß er sie zu gleichgerichtetem Handeln führt.

Einen weiteren grundsätzlichen Unterschied gegenüber der alten Organisation bedeutet das Bekenntnis zum Führerprinzip, das sich in der Stellung des Präsidenten äußert. Dieser wird vom Reichsminister für Volks-

---

13) Siehe Gesetzessammlung von Pfundtner-Neubert, Begründung zum Gesetz vom 26. 3. 1936.

aufklärung und Propaganda ernannt und nicht, wie man früher etwa verfahren wäre, von den Landesfremdenverkehrsverbänden als Mitgliedern des Verbandes gewählt. Seine überragende Stellung gründet sich auf den gesetzlichen Bestimmungen, die ihm die Befugnis verleihen zur Aufstellung der Satzung, des Wirtschaftsplanes, der Umlagenordnung, zur Festsetzung der Höhe der Umlagen des Reichsfremdenverkehrsverbandes. Der Präsident ist damit heute im Rahmen der ihm vom Gesetz verliehenen Macht gewissermaßen Gesetzgeber für die Organisation und den Aufbau des Fremdenverkehrs.

Der Reichsausschuß für Fremdenverkehr und der Reichsfremdenverkehrsverband sind durch Personalunion in ihrer Führung vereinigt. Während der Reichsausschuß die behördliche Spitze des deutschen Fremdenverkehrs darstellt, verkörpert der Reichsfremdenverkehrsverband die organisatorische. Damit ist der Aufgabenkomplex des Reichsfremdenverkehrsverbandes festgelegt. Wie oben bereits erwähnt, liegt seine wichtigste Aufgabe in der Verwirklichung der hoheitlichen Anordnungen des Reichsausschusses für den Fremdenverkehr. Er hat ein gleichgerichtetes Handeln aller Fremdenverkehrsteilnehmer zu gewährleisten, Direktiven an die Landesfremdenverkehrsverbände zu geben, wiederum aber über die Entwicklung und die Erfordernisse des Fremdenverkehrs an den Reichsausschuß Bericht zu erstatten und Anregungen zu geben.

c. Die Landesfremdenverkehrsverbände.

Im Gegensatz zum Reichsfremdenverkehrsverband, der durch einen einfachen gesetzlichen Akt vom eingetragenen Verein des bürgerlichen Rechts zu einer Körperschaft des öffentlichen Rechts gemacht wurde, konnten die ehemaligen Landesverkehrsverbände nicht in die neuen Landesfremdenverkehrsverbände übernommen werden. Sie wurden zusammen mit ihren Untergliederungen aufgelöst. Ihr Vermögen und ihre Schulden gingen auf die Landesfremdenverkehrsverbände über. Maßgebend war dafür der Wille des Gesetzgebers, einen möglichst starken und einheitlichen Unterbau zu schaffen. Dieser wäre bei einer Übernahme der Landesverkehrsverbände infolge der starken Unterschiede in ihrer Zusammensetzung nicht gegeben gewesen.

Die Landesfremdenverkehrsverbände setzen sich aus den Fremdenverkehrsgemeinden eines bestimmten geschlossenen Verkehrsgebietes zusammen; sie haben die Form von Vereinen des bürgerlichen Rechts. Der Landesfremdenverkehrsverband H a r z stellt z. B. ein solches geschlossenes Verkehrsgebiet dar, mit Gebieten Braunschweigs, Thüringens und Preußens. Insgesamt bestehen 24 Landesfremdenverkehrsverbände. Sie sind der Aufsicht der Landesregierungen unterstellt, die den ersten Vorsitzenden dem Präsidenten des Reichsfremdenverkehrsverbandes vorschlagen und bei der Zusammensetzung der Vorstände und Ausschüsse eine entsprechende Vertretung der Verkehrspraktiker zur Pflicht machen.

Wenn die Landesfremdenverkehrsverbände auch die Form von Vereinen des bürgerlichen Rechts haben, so weichen sie in ihrem grundsätzlichen Charakter doch in vielem von diesen ab. Sie sind in ihrer Organisation und in ihren Aufgaben so eng mit dem Reichsfremdenverkehrsverband verbunden, daß dessen öffentlich-rechtlicher Charakter gerade in den entscheidendsten Punkten sich auch bei ihnen auswirken muß. Als Beispiel ist die Aufgabe des Präsidenten des Reichsfremdenverkehrsverbandes anzuführen, der im Einvernehmen mit dem Reichsminister für Volksaufklärung und Propaganda die einzelnen Fremdenverkehrsgebiete bestimmt und die Leiter der Landesfremdenverkehrsverbände ernennt. Die enge Verbundenheit zwischen den Landesfremdenverkehrsverbänden und dem Reichsfremdenverkehrsverband kommt weiter durch die Verpflichtung der Landesfremdenverkehrsverbände zur Aufbringung von Umlagen an den Reichsfremdenverkehrsverband zum Ausdruck. Deshalb müssen Wirtschaftsplan und Umlagenordnung des Reichsfremdenverkehrsverbandes von größter Bedeutung für die Finanzgebarung der Landesfremdenverkehrsverbände sein.

Wie oben bemerkt, obliegt dem Reichsfremdenverkehrsverband auch die Aufsicht über die Landesfremdenverkehrsverbände. Dieser steht die Verpflichtung der Landesfremdenverkehrsverbände gegenüber, in ihrem Gebiet die Anordnungen des Präsidenten des Reichsfremdenverkehrsverbandes durchzuführen. Damit sind die Landesfremdenverkehrsverbände die Träger der Autorität im deutschen Fremdenverkehr. Sie haben nur von ihren übergeordneten Stellen Anordnungen entgegenzunehmen. Die ursprüngliche Befürchtung, es möchte durch diese straffe Organisation die regionale Initiative mancher Fremdenverkehrsgebiete gelähmt werden, hat sich nicht bewahrheitet. Das Gegenteil ist eingetreten. Die autoritäre Führung hat besonders den Landesfremdenverkehrsverbänden eine Autorität verschafft, durch die bereits heute Probleme in Angriff genommen werden konnten, die früher unlösbar erschienen. Die Autorität der Landesfremdenverkehrsverbände wird weiter dadurch gehoben, daß die Anordnungen des Reichsfremdenverkehrsverbandes und des Reichsausschusses für Fremdenverkehr lediglich an sie hinausgehen und nicht an die Fremdenverkehrsgemeinden direkt. Damit ist das freie Ermessen der Fremdenverkehrsgemeinden eingeschränkt. Diese haben das zu tun, was ihnen vorgeschrieben wird.

Man hat jedoch innerhalb der Organisation gerade den Landesfremdenverkehrsverbänden genug Spielraum gelassen zur eigenen schöpferischen Arbeit. Sie können alles das tun, was für ihr Gebiet von Vorteil ist. Es versteht sich jedoch von selbst, daß diese Arbeit ihre Grenzen an den Vorschriften der zentralen Leitung und damit am Interesse der Gesamtheit findet. Es ist z. B. nicht möglich, daß Fragen von grundsätzlicher, über die Grenzen eines Landesfremdenverkehrsverbandes hinausreichender Bedeutung selbständig zu lösen versucht werden. Die einheitliche Handhabung aller Anordnungen und Vorschriften macht es notwendig, daß derartige Fragen dem Reichsfremdenverkehrsverband unterbreitet werden.

Ein weiterer Umstand, der den Landesfremdenverkehrsverbänden einen öffentlich-rechtlichen Charakter verleiht, ist die Zwangsmitgliedschaft der Fremdenverkehrsgemeinden. „Eine Fremdenverkehrsgemeinde, die zu einem Beitritt zu ihrem zuständigen Landesfremdenverkehrsverband nicht ohne weiteres bereit ist, kann auf Antrag des Präsidenten des Reichsfremdenverkehrsverbandes durch eine Beitrittserklärung der Aufsichtsbehörde der Gemeinde in diesen zwangsweise eingegliedert werden. Hierdurch ist eine gleichmäßige Erfassung sämtlicher am Fremdenverkehr interessierter Gemeinden gewährleistet"[14]. Die Stellung der Leiter der Landesfremdenverkehrsverbände hat in ihrem Aufgabenkreis manche Ähnlichkeit mit der des Präsidenten des Reichsfremdenverkehrsverbandes. Sie haben die Satzung für die Landesfremdenverkehrsverbände mit Genehmigung der zentralen Leitung zu erlassen, auch können sie den Fremdenverkehrsgemeinden sachliche Anweisungen geben und die Beitragshöhe der Fremdenverkehrsgemeinden festsetzen. Sie sind die Träger der Auffassung der Zentrale und werden von dieser gedeckt und unterstützt, vor allem dann, wenn sie auf Widerstand stoßen.

d) Die Fremdenverkehrsgemeinden.

Die Fremdenverkehrsgemeinden sind als die Zelle in der Fremdenverkehrsförderung zu verstehen. Die Fremdenverkehrsvereine, aus denen sich bisher die Mitglieder der Landesfremdenverkehrsverbände zusammensetzten, scheiden aus der Mitgliedschaft aus. An ihre Stelle treten die Fremdenverkehrsgemeinden. Ihr Begriff ist gesetzlich festgelegt; es sind solche Gemeinden darunter zu verstehen, deren Zahl der Fremdenübernachtungen im Jahre regelmäßig ein Viertel der Einwohnerzahl übersteigt, oder die einen erheblichen Ausflugsverkehr aufweisen. Die Zahl der Fremdenverkehrsgemeinden beträgt in Deutschland über 10.000. Da es in der Nähe jeder Großstadt zahlreiche Ausflugsorte gibt, dürfte sich die Zahl der Mitglieder der Landesfremdenverkehrsverbände wesentlich steigern. Das Gesetz will erreichen, daß jede verkehrsfördernde Stelle Mitglied des zuständigen Landesfremdenverkehsverbandes ist, also auch jene, die als Gemeindeverbände und als Verkehrsträger, wie Lokalbahnen, Dampfschiffahrtsgesellschaften, Bergbahnen usw. Verkehrsförderung betreiben.[15]

Die Begriffsbestimmung der Fremdenverkehrsgemeinden hat ihren Ursprung in früheren Anordnungen verschiedener Länder, z. B. Preußen und Bayern, die sich im Laufe der Zeit als zweckmäßig herausgestellt haben. Trotz des Ausscheidens der Fremdenverkehrsvereine als Mitglied der Landesfremdenverkehrsverbände bleiben diese jedoch bestehen. Hier

---

14) Siehe Gesetzessammlung von Pfundt-Neubert, Kommentar zum Gesetz.

15) Siehe Völkischer Beobachter v. 5. 5. 1936 Nr. 125: Hermann Esser „Neugestaltung im deutschen Fremdenverkehr".

haben die Landesfremdenverkehrsverbände die Aufgabe, sich bei der Gleichschaltung der Fremdenverkehrsvereine und Gemeinden einzusetzen. Die Gepflogenheit der Fremdenverkehrsvereine, sich unmittelbar mit ihren Wünschen an die höchsten Stellen zu wenden, widerspricht der straffen Organisation des Fremdenverkehrs im neuen Deutschland. Die bisher von den Verkehrsvereinen vertretenen Belange sollen künftig auf die Gemeinden übergehen.

Die Aufgaben der Fremdenverkehrsgemeinden liegen in erster Linie in der unmittelbaren Fremdenverkehrsförderung. Ihnen obliegt es, den Begriff der Gastlichkeit in die Tat umzusetzen unter Befolgung der Weisungen der vorgesetzten Stellen. Daß auch hier der individuellen Tätigkeit der einzelnen Gemeinden ein genügend großer Spielraum gegeben ist, braucht nicht betont zu werden. Jedoch ist dem selbstmörderischen Kampf der Gemeinden untereinander um den Gast durch die Aufsicht der Landesfremdenverkehrsverbände ein Riegel vorgeschoben, was aber nicht etwa mit der Verhinderung eines gesunden Wettbewerbes gleichbedeutend ist.

Eine weitere Aufgabe der Fremdenverkehrsgemeinden liegt in der regen Anteilnahme am Verbandsleben des Landesfremdenverkehrsverbandes. Es ist unbedingt notwendig, daß der Arbeit der Spitzenorganisation mit ihren Wirkungen auf die untersten Zellen des Fremdenverkehrs auch umgekehrt eine rege Tätigkeit der Gemeinden mit Wirkung auf die zentrale Leitung gegenübersteht. Nur durch eine solche wechselseitige Befruchtung vermag die Arbeit der Fremdenverkehrsorganisation mit der raschen Entwicklung des Verkehrs Schritt zu halten.

3. Die im Dienste des Fremdenverkehrs Tätigen als Stand.

Mit dem Gesetz über den Reichsfremdenverkehrsverband ist vorläufig der Schlußstein in der Organisation des deutschen Fremdenverkehrs gesetzt. Die Geschlossenheit dieser Organisation, die alle Träger und Interessenten des Fremdenverkehrs zusammenfaßt,, der einheitliche Wille, der nur ein Miteinanderarbeiten an einer Gesamtaufgabe kennt, die Tatsache, daß der mit der Privatinitiative notwendig verbundene Wettbewerb im Sinne der Verwirklichung des volkwirtschaftlichen Leistungsprinzips nicht ausgeschaltet ist, lassen für den Fremdenverkehr die Bezeichnung „Stand" als gerechtfertigt erscheinen. Es handelt sich jedoch nicht nur um einen Stand im wirtschaftlichen Sinne, sondern um einen ausgesprochenen Berufstand. Als hervorragendstes Kennzeichen dieses Berufsstandes ist die Tätigkeit der Standesangehörigen anzusehen, die in der Ausübung der Gastlichkeit besteht. Dieses ist nicht ein lästiges „muß", sondern ein ehrenvolles Vorrecht. Die nationale, soziale, kulturelle und wirtschaftliche Zielsetzung dieser Tätigkeit bedingt eine ausgeprägte Standesehre. Der Fremdenverkehrsträger, der den ausländischen Gast betreut, gilt als Repräsentant des Gastlandes gegenüber dem Fremden schlechthin, von seiner

Fähigkeit hängt es ab, ob der Ausländer vom Fremden zum Gast wird. Daß die Erfüllung dieser Aufgabe genau so eine Standesehre voraussetzt, wie die Arbeit eines anderen Volksgenossen, der der Arbeitsfront angehört, ist klar. „Wenn auch nicht bestritten werden kann, daß manches noch zu tun ist, um den gastlichen Sinn allenthalben Heimatrecht zu verschaffen, so braucht uns doch nicht mehr bange zu sein um den Sieg der deutschen Gastlichkeit."[16)]

Daß diese Auffassung vom Fremdenverkehr als Stand geraume Zeit braucht, bis sie von allen Beteiligten aufgenommen ist, braucht nicht betont zu werden, da jeder Stand eine langsame durch mehr oder weniger große Zeiträume sich entwickelnde Ordnung darstellt.

Durch die Maßnahmen des Dritten Reiches sowohl wie durch die Bedeutung der Zielsetzung des Fremdenverkehrs ist aber die Voraussetzung für eine derartige Entwicklung gegeben.

---

16) Siehe Fritz Gabler: „Durch Einsicht zur Gemeinschaft", in der Zeitschrift: „Der Fremdenverkehr", Nr. 2 v. 9. 5. 1936.

Aufbau der deutschen Fremdenverkehrsorganisation.

Reichsminister für Volksaufklärung und Propaganda Präsident des Reichsausschusses für Fremdenverkehr.

Reichsausschuß für Fremdenverkehr

Dem Reichsausschuß gehören an:

Je ein Vertreter folgender Behörden und Stellen:

- des Reichssportführers
- des Reichsfremdenverkehrsverbandes
- der Wirtschaftsgruppe Beherbergungsgewerbe
- der Schiffahrtslinien
- der Deutschen Lufthansa
- des nicht reichseigenen Landverkehrs
- des Deutschen Gemeindetages
- des Deutschen Industrie- und Handelstages
- des Landes Preußen für die übrigen Länder
- des Landes Thüringen
- des Landes Baden
- des Landes Württemberg
- des Landes Sachsen
- des Landes Bayern
- des Landes Preußen

- des Reichsministers für Volksaufklärung und Propaganda
- des Reichsverkehrsministers
- des Reichsministers des Innern
- des Reichsministers der Finanzen
- des Reichswirtschaftsministers
- des Reichsministers der Luftfahrt
- des Reichspostministers
- des Auswärtigen Amtes
- der Hauptverwaltung der Deutschen Reichsbahngesellschaft

Reichsfremdenverkehrsverband

↓

24 Landesfremdenverkehrsverbände

↓

Fremdenverkehrsgemeinden.

III. Kurze Zusammenfassung.

Zusammenfassend mag festgestellt werden:

An Stelle der alten, außerordentlich unübersichtlichen ist eine klare, auf wenigen, aber wohlgedachten Grundsätzen aufgebaute Organisation entstanden.

Das Vielerlei von Forderungen der verschiedensten Interessenten am Fremdenverkehr, das in ewigem Kampfe gegeneinander lag und damit eine fruchtbringende Arbeit nicht aufkommen ließ, hat einem einheitlichen, gleichgerichteten Arbeiten auf Grund nationalsozialistischer Prinzipien Platz gemacht.

Der Fremdenverkehr wird als wirtschaftlicher, kultureller und politischer Faktor im öffentlichen Leben anerkannt und ihm ein seiner Bedeutung entsprechender Platz eingeräumt. Den augenfälligen Ausdruck hierfür bildet die unmittelbare staatliche Betreuung des Fremdenverkehrs.

Mit dem Aufbau einer klaren, zielbewußten Organisation wurde eine weitgehende Vereinfachung erreicht.

Der Fremdenverkehr stellt heute einen Berufsstand dar.

II. Abschnitt.

Motorisierung und Fremdenverkehr.

1. Die Wandlung im Reisestil.

1. Kurzer Überblick über die Entwicklung des Reisens.

Die Zeiten ändern sich und mit ihnen natürlich auch die Formen des Reisens. Neben der Umgestaltung der sozialen Verhältnisse, des politischen Denkens, brachte insbesondere die technische Entwicklung der Verkehrsmittel eine Steigerung und Ausbreitung, aber auch eine Wandlung der Reisebedüfnisse, kurz, des Reisestils, mit sich.

Im Altertum wie im Mittelalter dominierten die Zweckreisen. Fahrende Ritter, Minnesänger, Studenten durchzogen die deutschen Gaue, meist in Richtung nach dem Süden, letztere insbesondere zum Besuch der italienischen Universitäten.

Mit dem 17. Jahrhundert nehmen die Bildungsreisen ihren Anfang. Zum größten Teil sind es vornehme Leute, die auf „Kavalierstour" um Sprachkenntnisse zu erwerben, fremde Sitten kennen zu lernen und Verbindungen anzuknüpfen, weite Reisen unternahmen. Im 18. Jahrhundert sah man es für selbstverständlich an, daß reiche Leute teils zum Vergnügen, teils um antiquarische Studien zu machen, Italien-Reisen unternahmen.

Der Zweck trat in der weiteren Entwicklung mehr und mehr in den Hintergrund. Noch aber war die Freude an Landschaft und Natur nicht Selbstzweck einer Reise. Das Naturgefühl jener Zeit war wenig entwickelt, und dort, wo es vorhanden war, erkannte es nur reiche, fruchtbare Landschaften als „schön" an. Winkelmann wie Goethe lassen z. B. die Schönheit der Alpen kalt, ja sie empfinden diese als „schaurige Gegend". Sehnsucht nach der Antike war einer der wichtigsten Reisegründe jener Zeit.

Langsam beginnt eine Wandlung der Gefühle und Anschauungen. Freude an der Natur, am Reisen selbst, am Neuartigen, am fremden Menschen, an der Abwechslung, am Abenteuer beginnt sich zu regen und bildet die Grundlage zum modernen Reisen. Johann Gottfried Seume, der voll Wanderlust im Jahre 1803 von Wien nach Syrakus und zurück über Paris zog, war einer der ersten, an dem man diesen Wandel feststellen kann. Die Romantik vollends machte sich diese Anschauung zu eigen. Diese überschlug sich gewissermaßen in der unechten Naturschwärmerei Rousseaus. Zur gleichen Zeit treten die Engländer als die „Reisenation" auf. Für sie wird Reisen zum Sport.

Mit dem 18. Jahrhundert nimmt das Abenteuerliche des Reisens ab. Die liberale Eboche beginnt. Der Freihandel drängt zum Abbau der Zollmauern. Die steigernde Verkehrsintensität hat eine Verbesserung der Landstraße im Gefolge. Die Zeit der Postkutschen nimmt ihren Anfang. Der Bau von Straßen beginnt in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts, das eine Blütezeit des Reisens bringt, gekennzeichnet durch Geruhsamkeit und verhältnismäßig geringe Mechanisierung.

Mit der Entwicklung der Eisenbahn vor etwa 100 Jahren beginnt eine, alle alten Begriffe und Einrichtungen umstürzende Periode im Verkehrswesen. Verbilligung und Beschleunigung und damit eine gewisse Erhöhung der Bequemlichkeit kann man als Hauptmerkmal feststellen. Zugleich macht sich eine starke Mechanisierung des Reisens bemerkbar. „Das Verkehrsmittel hörte allmählich auf, dienendes Mittel zu sein. Es wurde langsam bestimmter Zweck . . .Mit der Eisenbahn hörte die individuelle Freiheit des Verkehrs auf. Das Mittel erhebt sich in kurzer Zeit zum Herrn, der allmächtig die Lebensvorgänge zugleich mit demVerkehr fahrplanmäßig bestimmt und regelt"[17]. Erst eine spätere Generation fühlte und erkannte, daß diese Mechanisierung den Reisenden von der Natur und von der Schönheit der Landschaft trennt. Die Entwicklung der Eisenbahn hatte eine Steigerung der Reisebedürfnisse im Gefolge. An den Bahnhöfen entstehen Gasthäuser, die für die Verbreitung einer neuartigen Bequemlichkeit des Reisens sorgen. Eine internationale Hotelküche (Lunsch, 5-Uhr-Tee usw.), eine gewisse Wohnkultur kommt auf, Sehenswürdigkeiten werden geboten, die durch Reisehandbücher beschrieben oder durch Fremdenführer gezeigt werden. Die Andenkenindustrie entwickelt sich.

Immer weitere Kreise werden, weil es modern ist, für das Reisen gewonnen. Infolge der mangelnden Reisetechnik entstand das Bedürfnis, Gesellschaftsreisen unter Führung eines Kundigen zu organisieren. Die Verbreiterung des Reisens führte zu starker Kapitalinvestition in der Fremdenverkehrsindustrie[18].

Die Nachteile dieses mechanisierten Reisens, insbesondere das Fehlen des Kontaktes mit der Landschaft, das Zusammengepferchtsein in den Zügen usw., wurden immer unangenehmer empfunden. Man suchte nach einem neuen Reisestil. Reiche Leute griffen wieder zum Pferdefuhrwerk zurück, andere verlegten sich auf das Wandern zu Fuß, das in Deutschland immer in hoher Blüte stand. Mit der Erfindung des Fahrrades wurde ein Verkehrsmittel geschaffen, das wieder das Einzelwandern förderte und damit die geschilderten Nachteile des Massenreisens verhinderte. Jedoch sind dem Wandern per Rad Grenzen gezogen. Größere Strecken

---

17) Siehe: Adolf Hitler: Rede vom 1. 2. 1936.

18) Vgl. hierzu auch: „Die Straße", Februarheft 1935. darin: „Die Wiedergeburt der Straße aus dem Kraftwagen".

können mit dem Rad nur schwer bewältigt werden. Erst mit der genialen Erfindung des Automobils gewinnt das Reisen wieder einen individuellen Charakter.

2. Das Auto und der Reisestil.

Fragen wir uns nun, warum gerade das Auto den Reisestil so wesentlich geändert hat, so ist folgendes festzustellen: Mit dem Aufkommen des Massenverkehrs mittels Eisenbahn entstand eine unnatürliche Zweiteilung des Reisens. Unternahm man eine Reise, so mußte man die Fahrt in der Eisenbahn mit ihren Unbequemlichkeiten (Mechanisierung des Reisens) wohl oder übel mit in Kauf nehmen. Erst mit der Ankunft am Ziel begann der eigentliche Sinn der Reise. Man suchte entlegene, nicht erschlossene Gebiete auf, um allein zu genießen. So bauten sich die Pioniere des Alpinimus, des weißen Sports, irgendwo in einem verlassenen Winkel der Berge ihre Schutzhütten, Flußwanderer schlugen ihre Zelte auf, Wandervereine entstanden usw. Sie alle aber litten unter dem Unpersönlichen des Reisens mit der Eisenbahn, was dazu führte, daß man den verhaßten Anmarschweg nach Möglichkeit zu vermeiden suchte.

Diese Zweiteilung überwindet das Auto. Anmarschweg und Ziel treten in den Hintergrund. Man wandert ganz einfach mit dem Auto. Ungebunden an Ort und Zeit, jeden Augenblick bereit, die Schönheit der Landschaft, ihre Fremdheit und Kultur zu genießen, ohne ein bestimmtes Ziel, das unter allen Umständen erreicht werden muß, so wandert der Autotourist durch die Gegend, fährt schnell, wo sie uninteressant und öde, hält sich auf, wo sie schön ist und ihn fesselt. Anmarschwege und Ziel verlieren ihre Bedeutung.

Ja! Das Auto hat uns damit die Romantik des Reisens wiedergeschenkt. Es hat den Menschen des 20. Jahrhunderts, der in Großstädten sein Leben zu verbringen gezwungen ist, wieder in Berührung mit der Natur gebracht und ihn dadurch zur Bewältigung gewaltiger Leistungen physisch und psychisch stark gemacht.

Aber so ganz einfach liegen die Dinge doch nicht. Der Kraftwagen läßt die Weite stark zusammenschrumpfen. Er fliegt über ebenes Land und zieht den Fahrer im Handumdrehen auf hohe Berge. Man sieht Wälder, Flüsse und Städte mit gewaltigen Bauwerken, Seen, eine ganze Landschaft in ihrer Pracht oder Eintönigkeit. Das alles in ein paar Tagen, vielleicht in paar Wochen. Dann aber wird irgendwo eine Lücke empfunden, man sucht sich die ganze Fahrt ins Gedächtnis zurückzurufen. Man hat das Bewußtsein, ungeheuer viel gesehen zu haben, und nun muß man die Entdeckung machen, daß dort, wo eine Fülle sein müßte, sich nur noch ein Häufchen verschwommener wesenloser Eindrücke, ohne Klarheit findet.

Was ist da zu tun? Wie soll die Fülle der wechselnden Bilder bewältigt werden?

Zunächst muß ein hoher Prozentsatz unserer Autowanderer wieder das „Sehen" lernen. Nicht alles darf so hingenommen werden, wie es nun gerade einmal ist. Die einen freuen sich, finden es „entzückend", die anderen langweilen sich, nur wenige verstehen es, hinter die Dinge zu sehen.

Wohl kann nicht jeder Autowanderer alle Geschichtsepochen, Baustiele usw. eines Landes kennen. Er kann sich aber auf eine Reise ein ganz klein wenig vorbereiten. Das erleichtern ihm die Reisebüros, die Fremdenverkehrsgemeinden, die Reichsbahnzentrale für den deutschen Reiseverkehr, der DDAC usw. durch Prospekte, Beschreibungen, durch Zusammenstellung ganzer Fahrten. Mag jeder sich den Ausgangspunkt suchen, der ihm am meisten liegt, z. B. Bodenverhältnisse oder Klima, Wirtschaftsform oder Kunst, er wird bald begreifen, daß es nicht von den Dingen abhängt, wenn er sich langweilt, sondern von seiner Person.

Aber noch anderes ist notwendig. Es muß das „gottverlassene Jagen und Hetzen" aufhören. Nicht die Zahl der gefahrenen Kilometer ist das Maßgebende, sondern die Vertiefung in das Geschehen und Erlebte. Abgesehen von der volkswirtschaftlich nicht verantwortbaren Abnutzung der Motore, dem Mehrverbrauch an Treibstoffen, dem erhöhten Unsicherheitsfaktor des Reisens infolge der häufiger werdenden Unfälle, wird auch ein wesentlicher Faktor des Reisens, die Erholung, die der Führer als eine der Hauptaufgaben des Fremdenverkehrs bezeichnet hat, nicht erreicht.

Nun wird es auf den Zweck der Autoreise ankommen, wie die Schnelligkeit eines Wagens ausgenutzt wird. Ich möchte einen Unterschied zwischen Autowandern und Autoreisen machen. Bei letzterem ist die Erhöhung der Geschwindigkeit in den meisten Fällen berechtigt, denn es handelt sich hier gewöhnlich um Zweckreisen. Der Autowanderer aber läßt sich Zeit und muß sich Zeit lassen, wenn er recht genießen will.

3. Das Autowandern.

Unter Autowandern ist eine Form des Autoreisens zu verstehen, deren Merkmal darin liegt, daß Reise und Fahrt mit dem Auto als unmittelbarster Zweck empfunden wird. Die Autowanderbewegung hat ihren Ursprung in den Vereinigten Staaten, die die stärkste Motorisierung aller Länder der Erde aufweisen. Sie hat sich dort in besonderen Formen entwickelt, die bereits in gewissem Maße auf Deutschland übergreifen. Ich denke an das Camping und den Wohnwagen. Daß der Wohnwagen sich in Amerika so entwickeln konnte, hängt mit der gewaltigen Ausdehnung der Vereinigten Staaten, den teilweise weiten dünnbesiedelten Flächen zusammen. Diese Voraussetzungen sind in Deutschland nicht gegeben und deshalb dürfte auch der Wohnwagen in Deutschland nicht Allgemeingut des Autowanderers werden. Dies ist vom fremdenverkehrswirtschaftlichen Gesichtspunkt aus durchaus nicht zu bedauern, da die Abwanderung vom Hotel zum Wohnwagen die wirtschaftlichen Schwierig-

keiten der Beherbergungswirtschaft nur erhöht. Ein richtiges Autowandern gibt es in Deutschland eigentlich erst mit der Nationalen Revolution. Denn Autowandern ist nur dort wirklich möglich, wo sich ein Volk zur Gemeinschaft bekennt. Zum Autowandern gehört neben dem Aufgehen in der Landschaft auch ein gegenseitiges Verstehen der Menschen. In der Zeit der deutschen Krisenjahre nach dem Kriege aber war das Auto ein Sinnbild der Klassengegensätze im deutschen Volke. Erst seit dem Jahre 1933 hat sich das Auto die Sympathien weiter Volksschichten erworben.

Deshalb ist es klar, daß das Autowandern als eine so junge Erscheinung durchaus nicht von allen Autotouristen beherrscht wird. Man kann die Beobachtung machen, daß ein Teil des großstädtischen Autlerpublikums die Verbindung mit der Natur so vollkommen verloren hat, daß er sich in ihr nicht mehr heimisch fühlt. Oft sieht man z. B. Autotouristen an Stellen parken, die dafür denkbar ungünstig sind, so in Kurven, schmutzigen oder staubigen Stellen neben der Landstraße, oder es wird ein Lagerplatz in hohem harten Riedgras oder auf steinigem Untergrund aufgeschlagen, während dicht daneben die herrlichste Wiese mit weichem Gras zum Zelten einlädt. Papiere und Abfall werden verstreut. Auch das Gepäck spielt eine wichtige Rolle. Die einen nehmen zu viel, die anderen zu wenig mit, die dritten führen Gegenstände mit sich, die völlig unbrauchbar oder zum wenigsten unpraktisch sind. Wieder andere, und das sind die meisten, nehmen den Proviant von zu Hause mit. Das kann mitunter berechtigt sein, meist aber bietet die Fremde Genüsse, die man zu Hause nicht hat und die einen tiefen Einblick in die Ernährungsweise und Lebensgewohnheiten der ländlichen Bevölkerung gestatten. Zu erwarten ist jedoch, daß man, je mehr das Auto Allgemeingut wird, umso besser mit ihm umzugehen verstehen und alle Vorteile, die es für das Reisen und Wandern bietet, ausnützen wird.

4. Reichsautobahn und Reisestil.

Mit dem Bau der Reichsautobahnen hat der Reisestil eine weitere Wandlung erfahren. Die Verschiedenheit der Beförderungsarten verändert für den Reisenden das Gesicht der Landschaft. Der Autotourist tritt zur Landschaft in viel engere Beziehung als der Eisenbahnreisende, obwohl vielleicht Schiene und Autostraße dicht beisammenliegen. Mag es die Sonne sein, die in den offenen Wagen scheint, oder der Luftzug, der darüber hinbläst, mag es die Möglichkeit sein jederzeit zu halten und die Gegend zu bewundern, oder die glatte saubere Fahrbahn, oder die Fahrt bald unter schattigen Bäumen hindurch, bald durch Dörfer usw., all dies bringt den Autowanderer der Gegend näher als den in der Eisenbahn Reisenden.

Ähnlich verhält es sich auch zwischen den Reichsautobahnen und den gewöhnlichen Landstraßen. Die ideale Fahrbahn der Reichsautobahnen ermöglicht ein ganz anderes, viel intensiveres Genießen der Landschaft. Keine Schlaglöcher, keine Kurven, keine entgegenkommenden Fahrzeuge

zwingen den Fahrer zur Konzentration auf die Sendung des Autos. Nichts lenkt ab vom Erfassen des Wesentlichen der Landschaft. Während beim Fahren auf einer gewöhnlichen Straße die Landschaft in eine Unzahl von Teilbildern aufgelöst wird und man deshalb an die Einzelheiten nur schwer erinnern kann, tritt beim Fahren auf der Reichsautobahn gerade durch die größere Geschwindigkeit der Aufbau und die wesentlichen Merkmale der Landschaft besser hervor. Bei einer Fahrt durch Deutschland werden Begriffe wie Thüringen, Schlesien usw. als Gesamteindruck erstehen. Ein tiefes Verstehen unserer deutschen Heimat in ihrer ungeheueren Mannigfaltigkeit wird dem beschieden sein, der diese neue Kunst des Reisens beherrscht.

2. Die Formen des motorisierten Reiseverkehrs.

1. Das Massenreisen.

Die Form des Massenreisens bildet zumeist die Gesellschaftsreise. Man versteht darunter „Reisen, die für mehrere Personen ausgeschrieben werden. Sie müssen als Mindestleistung Beförderung, Unterkunft, volle Verpflegung (bestehend aus Frühstück, Mittag- und Abendessen), Beförderung des Handgepäcks von der Bahnhofsvorhalle zum Quartier und umgekehrt, Bedienungsgelder (einschl. Schuhputzen), Kurtaxen, Steuern, Licht und Heizung einschließen. Die Reiseteilnehmer müssen während des wesentlichen Teiles der Reise von einem Reiseleiter begleitet werden“[19].

Wie bereits bemerkt, ist die Gesellschaftsreise keine allzu junge Erscheinung im Fremdenverkehrswesen. Sie hat aber durch die Motorisierung eine neue Note erhalten und zwar vornehmlich durch den Omnibus. Über die Bedeutung dieses Verkehrsmittels für die Gesellschaftsreise liegen Zahlen nicht vor. Jedoch dürfte man nicht fehlgehen, wenn man annimmt, daß so gut wie alle Gesellschaftsreisen, soweit sie die Motorisierung betreffen, durch den Omnibus ausgeführt werden. Es lassen sich höchstens Ausnahmefälle denken, wo der Personenkraftwagen zu Gesellschaftsreisen benützt wird, dann nämlich, wenn z. B. in einem kleinen Fremdenverkehrsort zufällig infolge des Verkehrsandranges in der Hochsaison keine Omnibusse zur Verfügung stehen.

Die Vorteile des Omnibusses liegen zumeist in der besseren wirtschaftlichen Ausnützung, die das Fahrzeug vor allem den kleinen Unternehmen des Reisevermittlungsgewerbes bei der Zusammenstellung von Gesellschaftsfahrten mit geringer Teilnehmerzahl ermöglicht. Dazu kommt,

---

19) Erlaß des Leiters der Wirtschaftsgruppe Reisevermittlungsgewerbe: Mitteilungsblatt der Wirtschaftsgruppe Reisevermittlungsgewerbe vom 9. 5. 1936.

daß die Teilnehmer einer solchen Reise durch den Reiseführer leichter betreut und beaufsichtigt werden können als etwa im Zug, wodurch auch Beanstandungen seitens der Teilnehmer verhindert werden.

Einer der wesentlichsten Gründe für das Aufblühen des Gesellschaftsreisens insbesondere im Autobus ist in der allgemeinen Krisenlage der deutschen Wirtschaft in den Nachkriegsjahren zu suchen. Diese und die bereits oben erwähnten Gründe drängten einerseits auf äußerste Verbilligung des Reisens, andererseits mußten die am Fremdenverkehr beteiligten Wirtschaftszweige, wenn sie überhaupt noch bestehen wollten, mit geringstem Nutzen sich begnügen. Diese notwendige Senkung der Reisekosten konnte nur durch eine Schablonisierung und Mechanisierung des Reisens erreicht werden. Die geeignetste Form dafür bildet die Gesellschaftsreise.

Der Autobus hatte ferner für den Teilnehmer an einer solchen Gesellschaftsreise eine Menge kleiner Annehmlichkeiten im Gefolge. So bietet der Omnibus eine Bequemlichkeit, die der der wesentlich teuereren zweiten Klasse der Eisenbahn entspricht. Man sieht Land und Leute besser und wird außerdem auf der Fahrt auf die Sehenswürdigkeiten der Gegend hingewiesen. Auch der Aufenthalt ist gemütlicher, man braucht mittags sein Essen nicht hinunterzuschlingen, man kann vielleicht noch einen kleinen Spaziergang machen. Sorge für gutes Logis und Essen ist dem Reisenden abgenommen, er weiß, daß für ihn bei seiner Ankunft alles vorbereitet ist.

Doch hat die motorisierte Gesellschaftsreise insbesondere für das Fremdenverkehrsgewerbe auch ihre Bedenken. Die sogenannten Überland-Omnibusfahrten bedeuten unter Umständen geradezu eine Schädigung der am Fremdenverkehr interessierten Wirtschaftszweige. Bei solchen Fernfahrten ist der Aufenthalt an den einzelnen Orten für die Gäste sehr kurz bemessen. Oder aber, wenn auf solchen Durchgangsstationen vielleicht ein halber Tag eingeschoben wird, dann haben die Fahrtteilnehmer häufig nicht die Gelegenheit, die Stadt nach freiem Ermessen zu besichtigen, sondern sie werden mit den eigenen Autobussen durch die Stadt gefahren und ihnen auf diese Weise die Sehenswürdigkeiten gezeigt. Keiner der Gäste hat Zeit oder Gelegenheit, Andenken zu erstehen oder sonstige Einkäufe zu machen. Es wird also mit diesen Fahrten für die betroffenen Orte eine breitere wirtschaftliche Auswirkung des Fremdenverkehrs verhindert. Gerade Städte, wie München, leiden darunter, weil sie infolge ihrer großen Kapitalinvestitionen für den Fremdenverkehr vom Durchgangsverkehr allein nicht leben können, sondern Gäste mit längerem Aufenthalt benötigen.

Weitere Bedenken sind gegen eine gewisse Entwicklung der Gesellschaftsreisen und ihre Folgen für die Fremdenverkehrsorte geltend zu machen. Das Bestreben, so billig wie möglich zu sein, veranlaßte manche Reisevermittlungsunternehmen Orte aufzusuchen, die bisher unbekannt waren, die deshalb, weil sie durch Investitionen nicht belastet sind, billiger sein können, als alte bekannte Fremdenverkehrsorte, die in jahrzehntelanger Arbeit es verstanden hatten, dem Gast alle Bequemlichkeiten zu bieten. Die

motorisierte Gesellschaftsreise hat damit eine gewisse Verlagerung des Fremdenverkehrs zu neuen Orten im Gefolge. Wenn dies auch bis zu einem gewissen Grade im Interesse dieser neuen Orte liegt, so besteht doch die Gefahr, daß die anderen Orte darunter leiden. Das ist um so bedenklicher, als anzunehmen ist, daß die neuen Orte nach einiger Zeit gezwungen sind, selbst auch Investitionen zu machen, die nicht gemacht worden wären, wenn der Fremdenverkehr nicht künstlich an diese Orte gelenkt worden wäre. Es besteht deshalb auch die Gefahr, daß diese Investitionen vergebens sind und durch deren Verlust Schäden für den betreffenden Fremdenverkehrsort entstehen. Noch bedenklicher ist, daß man häufig die Beobachtung machen kann, daß bei solchen Gesellschaftsreisen nach diesen neuentdeckten Orten nicht etwa die besondere landschaftliche Schönheit, die Vorzüge eines guten Klimas usw. ausschlaggebend sind, sondern die für den Autobus verkehrsmäßig günstige Lage. Sie gestattet es, den Fahrtteilnehmer täglich mit Hilfe von Omnibussen die ganze nähere und weitere Umgebung, also häufig die bekannten und berühmten Kurorte zu zeigen. Die Reisenden sind bei diesen mit 8 bis 14 Tage währenden Gesellschaftsfahrten kaum ein oder zwei Tage an dem Zielorte, sie übernachten, nehmen allenfalls ein Frühstück und Abendessen dort ein. In der Werbung für derartige Gesellschaftsreisen gilt als der zugkräftigste Punkt der Besuch all der bekannten und berühmten Orte. Ja der Reisende nimmt meist nur deshalb an der Fahrt teil, um diese Orte kennen zu lernen.

Durch diese Art motorisierten Reisens wird ein Durchgangsverkehr künstlich gezüchtet, der für die beteiligten Orte mehr eine Last als Vorteile bedeutet, der außerdem das Entstehen von Fremdenverkehrsorten begünstigt, die ihrer Natur nach als solche nicht in Betracht kommen.

Die Nachteile des Massenreisens liegen aber in der Hauptsache in der Verflachung des Reisestils. Die schematische Abwicklung dieser Reisen, ihre starke Mechanisierung, bedingt durch die Notwendigkeit einer bis ins Kleinste ausgearbeiteten Organisation, verhindert jede Freizügigkeit des Einzelnen. Sie läßt ihm nur einen ganz bedingten Spielraum zur Erfassung und inneren Verarbeitung der auf ihn einstürmenden Eindrücke. Die Verinnerlichung des Reisens wird weiter verhindert durch die Hast dieser Reisen, die ihren Grund hat einmal im Verlangen des Reisenden, möglichst viel zu sehen, andererseits in dem Zwang für das Reiseunternehmen, möglichst viel zu bieten. Das „wie" wird hierbei vernachlässigt. Abgesehen von der Ergebnislosigkeit für die Bildung des Reisenden kommt auch seine Erholung zu kurz. Gar mancher mag nachhause kommen mit dem Wunsche, sich noch ein paar Tage wirklich erholen zu können, bis für ihn wieder das Einerlei und die Anstrengung seines Berufes beginnt.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, daß durch die Massenreise, insbesondere die motorisierte, die Reisefreudigkeit in weite Schichten des Volkes getragen wurde, daß aber Schäden für den Fremdenverkehrsort, sowie für den Reisestil bis heute nicht ganz zu verhindern waren.

2. Die Gemeinschaftsreise.

Die Gemeinschaftsreise hat ihren Begründer in der NS-Gemeinschaft „Kraft durch Freude". Diese Organisation hat die Aufgabe, Möglichkeiten und Einrichtungen zu schaffen, die Körper und Geist des deutschen Menschen stark und gesund erhalten. Die Voraussetzungen dafür sind in den Schätzen deutscher Landschaft und Kultur gegeben. Es handelt sich darum, diese Kraftquellen freizulegen und den deutschen Volksgenossen an sie heranzuführen. Der Gedanke des Reisens soll ins Volk getragen werden. Das Reisen und die dadurch bedingte Ortsveränderung bewirken eine körperliche und geistige Erholung derjenigen Menschen, die früher selten oder nie aus den Mauern der Großstädte herauskamen. Es soll ihnen die Schönheit deutscher Lande gezeigt, sie selbst aber wieder in Berührung mit der Natur gebracht werden[20].

Die KdF-Organisation will nur die bedürftigen Volksgenossen erfassen. Die Teilnahmeberechtigung erstreckt sich auf alle Mitglieder der Deutschen Arbeitsfront und der ihr angeschlossenen Verbände. Volksgenossen, die bisher auch ohne die NS-Gemeinschaft „Kraft durch Freude" Reisen unternommen haben und heute noch dazu in der Lage sind, haben sich der Reisebüros, die auch Fahrtvergünstigungen zu bieten in der Lage sind, zu bedienen Eine genaue Fixierung des Teilnehmerkreises besteht nicht. Seereisen z. B., die wesentlich teuerer sind, stehen auch solchen Volksgenossen frei, deren Einkommen auch früher schon eine bescheidene Reise erlaubte, wenn auch keine Seereise. Es können auch Personen mit höherem Einkommen teilnehmen, die dann entsprechende Zuschläge zu zahlen haben. Grundsätzlich ist jedoch als Höchstgrenze der Teilnahmeberechtigung ein Einkommen von RM. 250.— monatlich festgelegt.

Die Wahl der Verkehrsmittel trifft die NS-Gemeinschaft KdF etwa nach folgenden Gesichtspunkten[21]:

1. Nach der Zahl der Teilnehmer. Bei starker Teilnahme an einer Reise wird aus Gründen der Billigkeit die Reichsbahn benützt.
2. Nach den Wünschen der Teilnehmer: Soweit nicht andere Gründe, z. B. Billigkeit dagegen sprechen.
1. Berücksichtigt wird auch der Charakter der Landschaft. Bei besonderer Schönheit der Gegend oder besonderer Eignung der Verkehrswege wird unter Umständen die Entscheidung zu Gunsten des Omnibusses fallen.

Im allgemeinen wird der Omnibus für Wochenendausflüge benützt. Die Beweglichkeit des Autos, die Möglichkeit einer besseren Ausnützung der zur Verfügung stehenden kurzen Zeit, die Bequemlichkeit und nicht zuletzt die durch den kleinen Teilnehmerkreis geförderte Fahrtgemeinschaft

---

20) Siehe hierzu auch: „Wirtschaftsfragen bei den KdF-Reisen" in: „Der deutsche Volkswirt" v. Hoffmann, Nr. 12/1936.

21) Auf Grund mündlicher Rücksprache mit dem zuständigen Referenten der NS-Gemeinschaft „Kraft durch Freude".

geben hier den Ausschlag. Für weite Strecken wird die Eisenbahn dem Omnibus infolge der größeren Billigkeit (oft werden z. B. Übernachtungen gespart, außerdem berechnet die Reichsbahn für den Personenkilometer bei KdF-Fahrten nur 1 Pfg. gegenüber einem Preis bei normaler Beförderung von 4 Pfg.) vorgezogen. Jedoch wird der Omnibus für große Veranstaltungen, z. B. Fahrten zu den Parteikongressen, zur Olympiade u. s. w. wegen seiner Beweglichkeit auch bei weiten Strecken herangezogen.

Die Zahl der von der NS-Gemeinschaft KdF ausgeführten Fahrten, sowie die beförderte Personenzahl ist gewaltig. Es wurden z. B. im Jahre 1934/35 allein im Gau München-Oberbayern 1867 Eintagsfahrten mit dem Omnibus unternommen, gegenüber etwa 169 Eintagsfahrten mit der Reichsbahn. Beide Verkehrsmittel zusammen beförderten in der genannten Zeit etwa 267 500 Personen. Insgesamt brachten 2 560 Omnibusfahrten (ein- und mehrtägige Fahrten) 155 000 Urlauber in 5 600 Wagen zu den einzelnen Ausflugszielen. Eine wichtige Rolle spielt der Omnibus bei den KdF-Fahrten beim Zubringerdienst von und zur Reichsbahn. Zahlen liegen hierüber leider nicht vor.

Die NS-Gemeinschaft KdF verfügt nicht über einen eigenen Wagenpark. Die Stellung der Autos wird den Mietautobesitzern übertragen. In der Vergebung dieser Aufträge werden diejenigen Autobesitzer bevorzugt, die auch im Sommer zur Hochsaison ihre Fahrzeuge zur Verfügung stellen. Sie bekommen dann auch in den flauen Verkehrszeiten, insbesondere in der Vor- und Nachsaison Aufträge.

Die NS-Gemeinschaft KdF bringt in Erfüllung der ihr gestellten Aufgaben die Massen der arbeitenden Volksgenossen in Bewegung. Es werden deshalb einzelne Merkmale des Massenreiseverkehrs auch bei den KdF-Reisen zu finden sein, jedoch nur bis zu einem gewissen Grade. Denn wie schon der Name sagt, besteht eine der Hauptaufgaben in der Pflege des Gemeinschaftsgedankens. Aus diesem Grunde haben sich die von der NS-Gemeinschaft KdF unternommenen Reisen zu einem ausgeprägten Reisetyp, der Gemeinschaftsreise, entwickelt. Ihr Ziel ist, außer der Vermittlung von Erholung, die Vermittlung des Erlebnisses des politischen Menschen und des politischen Raumes. Die Gemeinschaftsreise umfaßt wohl jeweils eine kleinere oder größere Menschenmasse, jedoch mit starker Betonung des politischen Charakters .

Bei der Massenreise dagegen besteht eine solche verbindende Idee nicht. Wir haben es mit einer Summe von Einzelpersonen zu tun, die sich nicht in irgendeiner Weise ergänzen. Im Gegenteil, jeder Einzelne betrachtet seinen Mitreisenden als mehr oder weniger lästig. Das gegebene Verkehrsmittel für die Massenreise ist die Eisenbahn. Das Auto dagegen erfüllt besser die Erfordernisse der Gemeinschaftsreise, weil es infolge seines beschränkten Beförderungsraumes eher in der Lage ist, unter den Reisenden die Gemeinschaft zu fördern.

Massenreise, wie Gemeinschaftsreise haben ihre Entstehungsursache in wirtschaftlichen Vorteilen. Das Reisen ist, wie bereits ausgeführt, in

den letzten Jahrzehnten immer mehr Massenbedürfnis geworden, und zwar einmal infolge einer veränderten Zusammensetzung des Reisepublikums, bedingt durch eine Einkommensumschichtung, zum anderen hat das Reisebedürfnis in der Dringlichkeitsskala des Konsumenten einen höheren Rang eingenommen, indem hier andere Bedürfnisse zurückgedrängt wurden. Die Voraussetzung für die Umgruppierung von den früher höher rangierten Konsumgütern zum Massenbedürfnis „Reisen" bildete die Verbilligung des Reisens. Diese wurde erreicht beim Verkehrsmittel durch bessere Ausnützung der Kapazität, Steigerung der Verkehrsintensität und größere Wirtschaftlichkeit (vor allem beim Auto). Beim Fremdenverkehrsgewerbe jedoch ist die Verbilligung nicht etwa durch technischen Fortschritt oder sonst irgendwie veränderte Rechnungsgrundlagen erreicht worden, sondern sie kam von außen her, z. B. durch unmittelbare Zuschüsse für bestimmte Beherbergungsbetriebe, wie Verbandsheime, Werkerholungsstätten usw., oder durch mittelbare oder unmittelbare Zuschüsse zu den Reisekosten des Einzelnen. (NS-Gemeinschaft KdF). Eine weitere Verbilligung des Reisens wurde erreicht durch das Privat-Einzelvermieten, das meist im Nebenverdienst betrieben wird und deshalb infolge geringer Kosten die Leistung billiger zur Verfügung stellen kann. Auch die Organisation des Reisens trug zu der Verbilligung bei, indem die Menschenmassen in bestimmte Gebiete mit niedrigen Lebenshaltungskosten gelenkt wurden. (NS-Gemeinschaft „Kraft durch Freude")[22].

Einen fast monopolartigen Charakter bei der Gemeinschaftsreise hat sich heute das Auto bei Betriebsausflügen errungen. Leider werden zu diesem Zweck käufig Fahrzeuge verwendet, die der Verkehrssicherheit und Bequemlichkeit der Teilnehmer zu wenig Rechnung tragen. Es handelt sich meist um Halbtags- bzw. Ganztagstouren, die den Charakter des Ausflugsverkehrs tragen. Ein zahlenmäßiger Überblick über diesen Gemeinschaftsausflugsverkehr ist nicht zu erhalten. Jedoch meldet der Bericht der Landesfremdenverkehrsverbände über die Sommersaison 1936[23] folgendes: „Auffallend ist die starke Zunahme der Gesellschaftsfahrten, wobei die von Betriebsgemeinschaften durchgeführten eine besondere Rolle gespielt haben" (Niedersachsen). „Auffallend war die starke Vermehrung der Gesellschaftsfahrten, die insbesondere von Parteigliederungen und Vereinen durchgeführt wurden, sowie von den Betriebsgemeinschaften größerer größerer Werke". (Weserbergland). „Betriebsausflüge nach Vegesack, Beder Resa, Syke, Blumenthal, Osterholz-Scharmbeck und Tossens brachten regen Verkehr in die einzelnen Gemeinden". (Unterweser-Jade).

3. Die Einzelreise.

In den letzten Jahren schien es fast, als ob die Einzelreise von der Massen- und Gemeinschaftsreise verdrängt würde. Wie es sich damit ver-

22) Siehe auch: Die Wirtschaftskurve, Heft II/1936.
23) Siehe Anm. 29.

hält, zeigt nachstehende Untersuchung, die sich auf Angaben des Institutes für Konjunkturforschung stützt[24].

Der Personenreiseverkehr hat sich nach dem Weltkriege immer mehr von der Eisenbahn zum Auto verlagert. Diese Entwicklung ist durch die Tatsache gekennzeichnet, daß die Reichsbahn im Jahre 1935 nur etwa drei Viertel der Personen des Jahres 1925 befördert hat, daß der Bestand an Personenkraftwagen aber im Jahre 1935 etwa fünfmal so groß war, als im Jahre 1925. Nach den Erhebungen des Institutes für Konjunkturforschung hatte die deutsche Reichsbahn im Jahre 1928 mit etwa 2 Milliarden Personen den stärksten Personenverkehr zu bewältigen. Im Jahre 1935 dagegen betrug die Zahl der beförderten Personen nurmehr 1,5 Milliarden. Davon entfallen etwa ein Drittel, also rund 500 Millionen auf den Stadtring- und Vorortsverkehr der Städte Berlin und Hamburg. Weitere 500 Millionen wurden im Nahverkehr zwischen kleineren Orten im sogenannten Zeitkartenverkehr (Arbeiterwochenkarten, Monatskarten, Schülerkarten) befördert. Der Rest endlich von 500 Millionen enthält den gesamten Fernverkehr und den Vorortsverkehr der übrigen deutschen Städte, soweit er nicht unter den Zeitkartenverkehr und die Einzelreisen fällt (einschließlich der Gesellschaftsreisen). Diese nehmen also gegenüber dem Gesamtverkehr einen verhältnismäßig geringen Platz ein.

Während der Stadtring- und Vorortsverkehr in Berlin und Hamburg im Jahre 1935 die Stärke des Jahres 1928 wieder erreicht hatte, der sogenannte Zeitkartenverkehr etwa 75% vom Stande des Jahres 1928 betrug, bleiben die Einzelreisen (einschl. der Gesellschaftsreisen) etwa um 40% hinter dem Jahre 1928 zurück. Die Verringerung des Einzelreiseverkehrs der Deutschen Reichsbahn macht sich am stärksten beim Verkehr über kurze und mittlere Entfernungen bemerkbar, weniger bei den eigentlichen Fernreisen. Mit Schnellzügen wurden 1935 etwa 19%, mit Eilzügen nur rund 11% Personen weniger befördert als 1928, dagegen ist die mit Personenzügen beförderte Personenzahl in den letzten 10 Jahren ganz erheblich gesunken. Sie beträgt nurmehr 33% der im Jahre 1928 beförderten Personenzahl.

Daraus ergibt sich, daß die Reichsbahn im Personenfernreiseverkehr nach wie vor konkurrenzfähig ist. Dies dürfte zurückzuführen sein auf die größere Zeitersparnis auf weiten Strecken und auf gewisse Annehmlichkeiten, z. B. Schlafwagen, Speisewagen usw., und besonders auf die Möglichkeit des Nachtfahrens und der damit verbundenen Ersparnis des Übernachtens im Hotel. Aus diesen Gründen ist die Bedeutung des Autos für den Fernreiseverkehr nicht zu überschätzen. Bei den kurzen und mittleren Strecken dagegen so darf man schließen, ist bei den Einzelreisen der Personenkraftwagen an die Stelle des verminderten Eisenbahnverkehrs

---

24) Wochenbericht des Instituts für Konjunkturforschung v. 5. 7. 1936, Jahrg. 9/Nr. 28.

getreten. Insbesondere dürften es Wochenendausflüge und Geschäftsreiseverkehr sein, zu denen das Auto herangezogen wird.

Zahlen über die Verkehrsleistung des Auto liegen leider nicht vor. Einen gewissen Einblick vermittelt folgende Tabelle: In einem Heidelberger Hotel wurden gezählt:

Im Jahre	im Auto ankommende Gäste	per Bahn ankommende Gäste
1931	49,2 % = 3406	50,8 % = 3516
1932	44,4 % = 2792	55,6 % = 3497
1933	58,62% = 3259	41,38% = 2812
1934	61,1 % = 6066	38,9 % = 3861[25]

Wenn diese Statistik auch nicht verallgemeinert werden darf, so zeigt sie doch die Tendenz des Rückgangs des Personeneinzelreiseverkehrs bei der Reichsbahn und das Vordringen des Autos auf diesem Gebiet.

In vorstehendem wurden Einzelreisen und Gesellschaftsreisen bei beiden Verkehrsmitteln (Eisenbahn und Omnibus) zusammen betrachtet. Zur Entwicklung des Verhältnisses der Einzelreisen zu den Gesellschaftsreisen bei der Reichsbahn verweise ich auf das im Wochenbericht des Institutes für Konjunkturforschung, Jahrgang 9, Nr. 28 vom 15. 7 1936 aufgeführte Schaubild, aus dem ersichtlich ist, daß die Gesellschaftsreisen vom Jahre 1928 bis zum Jahre 1935 sich mehr als verdreifacht haben, während Einzel- und Gesellschaftsreise zusammen betrachtet um ca. 40% zurückgegangen sind, die Einzelreise bei der Reichsbahn also allein sich um weit mehr als 40% vermindert hat.

Für die Beurteilung des Verhältnisses zwischen Einzel- und Gesellschaftsreisen im Personenkraftverkehr liegen allgemeingültige Zahlen nicht vor; jedoch zeigt nachfolgende kleine Statistik wenigstens einen Teilausschnitt.

Der Fremdenverkehr Sachsens auf Schiene und Straße im Jahre 1935/36.

Beförderungsmittel	von 100 Fremden benutzten: im Sommerhalbjahr 1935	im Winterhalbjahr 1935/36
Eisenbahnen	67	58
Kraftomnibusse	18	18
Personenkraftwagen	14	23
Sonstige Beförderungsmittel	1	1[26]

Diese Aufstellung zeigt, daß die Zahl der im Kraftomnibus beförderten Personen etwas über den mit Personenkraftwagen beförderten liegt. Zieht man in Betracht, daß in der Zahl der mit Omnibus Beförderten

25) Siehe Nachrichtendienst der Wirtschaftsgruppe Beherbergungsgewerbe v. 25. 1. 35, „Statistik über Bahn- und Autoauskünfte“ von Fritz Gabler.

26) Siehe Zeitschrift: „Der Fremdenverkehr“, Jahrgang 1/Nr. 3 vom 16. 5. 36.

auch die mit dem Omnibus-Linienverkehr der Reichsbahn und Reichspost Beförderten inbegriffen sind, so verschieben sich die Leistungen des privaten Omnibus-Verkehrs zugunsten des Personenkraftwagens. Nimmt man ferner an, daß es sich nur bei einem Teil der mit Omnibus Beförderten um Gesellschaftsreisende im Sinne der oben angeführten Definition der Gesellschaftsreise handelt, so tritt die Zahl der in Personenkraftwagen beförderten Einzelreisenden um vieles stärker hervor.

Wenn auch von einer allgemeinen Gültigkeit dieser Statistik nicht die Rede sein kann, so dürfte man doch nicht fehlgehen, wenn man neben einer Steigerung des Gesellschaftsreiseverkehrs im Omnibus eine mindestens eben so starke Erhöhung des Kraftwageneinzelreiseverkehrs annimmt. Dies läßt sich allgemein aus der stark anwachsenden Bestandsziffer an Personenkraftwagen schließen.

Man ist sich heute darüber klar, daß gewisse Mängel des Massenreisens. die im Vorhergehendem bereits besprochen wurden, bei der Einzelreise weitgehend vermieden werden. Man ist deshalb bestrebt, gerade dieser Form des Reisens besondere Pflege angedeihen zu lassen. In diesem Zusammenhange verdient die neue Einrichtung des Hotelgutscheines Erwähnung. Dieser stellt ein Reisezahlungsmittel dar, das vor Antritt der Reise erworben werden kann, und durch Verbilligung der Reise zu einer Belebung des Einzelreiseverkehrs beiträgt. Der Hotelgutschein berechtigt zu einer Übernachtung und zur Einnahme des 1. Frühstücks, sowie einer Hauptmahlzeit. Eingeschlossen sind weiter Bedienungsgeld und an Kurorten die Kurtaxe für 2 Tage. Die Hotelgutscheine sind in 7 Preisklassen eingeteilt. Als Preisklasse 1 wird ein Stammgutschein zu RM. 5.— herausgegeben; dazu für jede weitere Klasse Ergänzungsgutscheine zu je RM. 1.50. Überflüssige Scheine kann der Reisende nach Beendigung der Reise beim Reisebüro wieder abgeben. Die Gültigkeit des Hotelgutscheines beträgt 60 Tage. Hinsichtlich der Wahl des Ortes und der Gaststätte hat der Reisende vollkommene Freizügigkeit. Der Hotelgutschein dient in erster Linie dem Passantenverkehr, also nicht dem Dauergast, der sich wochenlang an einem Orte aufhält und bereits die Vorteile der Pensionspreise genießt. Der Autotourist, der ja den Typ des Passanten im Fremdenverkehr stellt, mußte bisher infolge des häufigen Wechsels der Logisstätte die vollen Tageseinzelpreise bezahlen. Durch den Hotelgutschein wird gerade für ihn infolge der damit erreichten Pauschalierung der Preise eine Verbilligung erzielt. Es hat sich bereits in der kurzen Zeit seit Einführung des Hotelgutscheines gezeigt, daß dieser ein Bedürfnis des Autowanderers befriedigt. Bei der Beurteilung der Wirkung des Hotelgutscheins auf den Autoreiseverkehr sei darauf hingewiesen, daß mancher Autowanderer infolge des häufigen Wechsels der Logisstätten und der damit bedingten Verteuerung der Reise dazu übergegangen war, sich auf seiner Reise einen möglichst zentralen Standort zu suchen. Von diesem aus unternimmt er in die nähere und weitere Umgebung Ausflüge, um abends wieder zurückzukehren, dort zu übernachten und Frühstück und Abendessen einzunehmen.

Die Mittagmahlzeit und der Nachmittagskaffee finden dann gewöhnlich in irgendeinem Gasthause unterwegs statt oder es wird migenommener Proviant verzehrt. So war es, um eine Verteuerung des Autowanderns durch allzu häufiges Wechseln des Aufenthalts zu vermeiden, zu einer gewissen Seßhaftigkeit des Autotouristen gekommen, die vor allem dem Beherbergungsgewerbe sehr angenehm war. Mancher Betrieb hat sich gerade auf diese Form des Autoreiseverkehrs eingestellt und liefert z. B. Proviant für unterwegs oder anderes, was der Autoreisende für solche Touren benötigt. Welche Wirkung der Hotelgutschein auf diesem Gebiete zeitigt, muß noch abgewartet werden.

Es darf auch nicht vergessen werden, daß mit der Einführung des Hotelgutscheines zwar das Einzelreisen gefördert wird, aber der Passantenverkehr und damit ihm alle die im nächsten Abschnitt behandelten Schwierigkeiten sich erhöhen.

Die Vorzüge der Einzelreise, die zu einer besonderen Pflege im Rahmen der Fremdenverkehrspolitik geführt haben, bestehen vor allem für das Fremdenverkehrsgewerbe. Die zumeist besseren Einkommensverhältnisse des Einzelreisenden, die längere Aufenthaltsdauer, machen ihn zum wichtigsten unter den Gästen. Über die Bedeutung und die damit verbundenen Fragen der motorisierten Einzelreise für das Fremdenverkehrsgewerbe soll im Folgenden Näheres gesagt werden.

3. Die Wirkung der Motorisierung auf den Fremdenverkehrsort.

1. Der Fremdenverkehrsort.

Die Veränderungen, die die Motorisierung gezeigtigt hat, treffen aber nicht allein Form und Stil des Reisens, sondern auch die meisten mit dem Fremdenverkehr zusammenhängenden Einrichtungen, insbesondere die Fremdenverkehrsorte und die Fremdenverkehrsgewerbe.

Vor allem sind es die durch die Motorisierung bedingten Verkehrsverlagerungen, die solche Orte, die bisher infolge ihrer günstigen Lage zur Eisenbahn, Mittelpunkte des Fremdenverkehrs waren, gänzlich neuen Bedingungen unterwerfen. Zahlen liegen hierüber keine vor. Andere Orte, die sich der Autotourist als Ziel ausgesucht hat, gewinnen an Bedeutung und werden über Nacht vor die Frage gestellt, wie die notwendigen Einrichtungen zur Bewältigung des motorisierten Verkehrs zu beschaffen sind. Auch über diese Erscheinung liegt kein Zahlenmaterial vor. Jedoch ermöglicht eine Umfrage, die im Jahre 1932 Dr. Wesemann zusammen mit dem Reichsverband der Automobilindustrie mit Unterstützung des Bundes deutscher Verkehrsverbände und Bäder bei zahlreichen deutschen Verkehrsvereinen, Verkehrsämtern usw. gehalten hat, einen Überblick über den Anteil des Kraftwagens am Touristenverkehr[27]. Es er-

---

27) Siehe: „Das Auto schafft Absatz " in „Der bayerische Gastwirt" vom 3. 3. 1936, ohne Verfasserangabe.

gab sich dabei die Tatsache, daß der Kraftwagen besonders bei den Orten, die infolge ihrer schönen Lage begünstigt sind und für die Eisenbahn ungünstig liegen, in Erscheinung tritt. Hier wirkt der Kraftwagen gegebenenfalls von weit her, und der Kraftomnibus versieht Zubringerdienste von der nächstgelegenen Stadt oder der nächsten verkehrsgünstigen Eisenbahnstation. Solche Punkte melden übereinstimmend einen besonders hohen Anteil des Autotourismus am gesamten Fremdenverkehr. Diese Tatsache erscheint vor allem bei einigen Ausflugsorten in Schlesien, im Harz, im Weserbergland, den bayerischen Mittelgebirgen und den bayerischen Alpen. Von den in Frage kommenden schlesischen Ausflugsorten meldet nur einer einen unter 50 v. H. liegenden Anteil des Autotourismus am Gesamtverkehr. Der am häufigsten zu findende Anteilsatz liegt zwischen 50 und 70 v. H., der höchste bei 80 v. H., wobei zu berücksichtigen ist, daß das Jahr 1932 besonders ungünstig war. Einige bekannte Ausflugsorte im Harz, die mit der Eisenbahn nicht unmittelbar erreicht werden können, meldeten einen Anteil des Autotourismus von 40—75 v. H. am gesamten Ausflugsverkehr. Das gleiche gilt von den bevorzugten Ausflugszielen im Sauerland, für die der Kraftwagenverkehr aus dem Industriegebiet besonders wichtig ist. Hier liegt der Anteil des Kraftwagens stellenweise höher als 50 v. H., was von umso größerer Bedeutung ist, als hier auch gute Eisenbahnverbindungen vorhanden sind. Ähnliche Beobachtungen über hohe Anteilsätze des Kraftwagenverkehrs machten zahlreiche Ausflugsorte in Bayern, trotzdem auf sie immerhin die Voraussetzung mäßig guter Eisenbahnverbindungen zutrifft.

Besonders überraschend sind einige Angaben über die Bedeutung des Autotouristenverkehrs aus größeren Städten. So meldet Würzburg: „Etwa 40 v. H. aller Fremden dürfte der Autotouristenverkehr nach Würzburg bringen". Darmstadt sagt: „Mit dem Autotouristenverkehr steht und fällt hier der Fremdenverkehr". Bayreuth: „Für uns ist der Autotouristenverkehr sehr wertvoll; auf jeden Fall stärker als der Reisendenverkehr von der Reichsbahn". Rosenheim zählte damals während der Saison täglich 1400 Autogäste. Zerbst sagte: „75 v. H. unserer Gäste kommen im Auto. Wir messen deshalb dem Autotouristenverkehr die allergrößte Bedeutung bei und haben daraufhin unsere Werbemaßnahmen zugeschnitten". Mägdesprung i. Harz: „Der Autoverkehr hat für uns sehr große Bedeutung, da unsere Bahnverhältnisse hier sehr schlecht sind, und wir fast den größten Teil unseres Geschäftes durch den Autoverkehr haben". Füssen rechnet ohne Übernachtung täglich 100—200 Kraftwagenbesucher, über Samstag/Sonntag mit Übernachtung 100—150 dazu. Daß Werder a. d. H. in der Saison täglich 2000 Autotouristen zählt und während der Baumblütezeit 10 000, sei hier nur erwähnt.

Es ist festzustellen, daß die Motorisierung eine Verlagerung des Fremdenverkehrs von den nahe an den großen Bevölkerungszentren gelegenen Ausflugsorten zu weiter entfernten Orten mit sich gebracht hat. Während Ausflugsorte, die nahe vor den Toren Münchens liegen, z. B. im Isartal, am Starnbergersee, früher die Hauptanziehungspunkte für den

Wochenendausflugsverkehr bildeten, hat sich dieser heute bis in die bayerischen Alpen ausgedehnt, sodaß Orte wie Garmisch, Mittenwald, Kochel, Murnau, Bad Tölz, Bad Reichenhall, Berchtesgaden, Ausflugsziele des motorisierten Münchener Wochenendausflugsverkehrs sind. Es ist also der Sonntagsnachmittagsspaziergang des Großstädters zum Fremdenverkehr geworden. In Garmisch-Partenkirchen wurden z. B. an Pfingsten 1934 25 000 Fremde gezählt, von denen 50% im Kraftwagen eintrafen. In Bad Tölz wurden anläßlich der Leonhardifahrt im Jahre 1934 10 000 Fremde gezählt, von denen 6000 im Auto ankamen. Aber auch die nahe an den Großstädten gelegenen Orte haben von dem motorisierten Verkehr Nutzen gehabt. Hier ist es insbesondere der Nachmittags- und Abendverkehr an Wochentagen, der motorisierte Gäste bringt. Für diese Orte hat sich anstelle des stoßweisen Wochenendausflugsverkehrs ein gleichmäßigerer, sich über die ganze Woche verteilender Verkehr entwickelt, der allerdings nur gewisse Zweige des Fremdenverkehrsgewerbes berührt, z. B. Restaurants, Cafés usw. Er hat aber den Nachteil, daß er sich auf Kosten des langen Urlaubsverkehrs auswirkt. Denn wer mit seinem eigenen Wagen oftmals im Jahr Wochenendausflüge unternimmt, hat weniger das Bedürfnis, eine wochenlange weite Reise, die teuer ist, in seinen Ferien zu unternehmen; er spart sich eine solche Reise und fährt dafür lieber öfters über das Wochenende fort.

Durch die Motorisierung entsteht eine gewisse Auflockerung der Verkehrsmittelpunkte. Der Kraftfahrer, der reist, wird um zu übernachten, im allgemeinen, wenn nicht andere Gründe ihn verhindern, nicht in die City fahren, weil es dort teurer ist und er weniger Ruhe hat. Der Wagen ermöglicht es ihm, mühelos bis über die Stadt hinaus zu fahren und erst im nächsten Dorf anzuhalten, wo er billiger unterkommen und zudem eine reizvollere Umgebung genießen kann. Die Motorisierung hat also eine größere Wendigkeit des Fremdenverkehrs im Gefolge. Diese Tatsache spielt, wie in den nächsten Kapiteln ausgeführt werden soll, für das Fremdenverkehrsgewerbe eine ganz besonders große Rolle. Eine Auflockerung der Verkehrsmittelpunkte erfolgt auch durch bessere Straßenverbindungen, Parkplätze, Unterkunftsmöglichkeiten usw.; es entstehen dann neue Fremdenverkehrsorte, deren Charakteristikum der Passantenverkehr ist. Haben sich an einer solchen Stelle neue bevorzugte Halteziele für den Autotourismus gebildet, dann wandert der Verkehrsstrom wieder ab, sobald sich an dieser Stelle die Preise erhöhen, der Verkehr zu groß wird, der Garagenraum nicht genügt. Man kann bei diesen Vorgängen von einem ständigen, fast automatischen Ausgleich sprechen[28].

Eine weitere Änderung, die die Motorisierung mit sich gebracht hat, wird von den Fremdenverkehrsorten recht unangenehm empfunden. Gemeint ist der in den letzten Jahren mit dem Wachsen der Motorisierung gewaltig gestiegene Durchgangsverkehr. So heißt es in der Berichterstat-

---

28) Vgl. Dr. A. Bormann: „Motorisierung und Fremdenverkehr" in „Das Archiv für den Fremdenverkehr" 1934, Heft 4.

tung der Landesfremdenverkehrsverbände an die Pressestelle des Reichsfremdenverkehrsverbandes über die Sommerreisezeit 1936[29]: „Sehr stark war der Passantenverkehr, der auf außerordentliche Zunahme der Kraftfahrer zurückzuführen ist" (Landesfremdenverkehrsverband München-Südbayern). „Die Zahl der Dauergäste hielt sich auf der Höhe des Vorjahres. Der Passanten- und Durchgangsverkehr war fast überall erheblich lebhafter" (Landesfremdenverkehrsverband Niedersachsen). „Die Zahl der Passanten hat im allgemeinen eine Steigerung von 3—10% erfahren" (Landesfremdenverkehrsverband Nürnberg und Nordbayern). „In den Heilbädern und Kurorten hat die Zahl der Kurgäste mit längerem Aufenthalt eine geringe Zunahme aufzuweisen, während der Passantenverkehr wesentlich anstieg" (Landesfremdenverkehrsverband Rheinland); ähnlich urteilen auch die übrigen Landesfremdenverkehrsverbände. Orte, die zur Zeit der Eisenbahn das Endziel des Fremdenverkehrs bildeten, sind heute zu Durchgangsorten herabgesunken, an denen vielleicht noch eine Mahlzeit eingenommen oder getankt wird. Im übrigen aber macht sich der gewaltig gewachsene Straßenlärm für den Ort äußert störend bemerkbar. Orte, wie Bad Tölz, Bad Nauheim, Bad Harzburg usw., deren Kurpublikum besonders ruhe- und erholungsbedürftig ist, sind davon in erster Linie betroffen. Zu starker Durchgangsverkehr kann eine Abwanderung der erholungssuchenden Fremden zur Folge haben[30].

Ein Ort mit starkem Durchgangsverkehr bekommt mit der Zeit ein anderes Gesicht. Eine Umstellung des gesamten Fremdenverkehrsgewerbes und seiner Einrichtungen erfolgt, z. B. werden billige Garagen gebaut, Tankstellen und Parkplätze entstehen, Reparaturwerkstätten nehmen ihren Betrieb auf, anstelle der Luxushotels treten kleinere Gasthöfe, die Straßen bekommen ein anderes Gesicht, werden breiter und übersichtlicher usw. Die wirtschaftliche Bedeutung des Fremdenverkehrs für solche Orte wird wesentlich geringer, das zahlende Stamm- und Dauerpublikum wandert ab. In dem oben erwähnten Bericht der Landesfremdenverkehrsverbände[31] heißt es u. a. in dem Bericht des Landesfremdenverkehrsverbandes Schlesien, der, nachdem er festgestellt hat, daß der Passantenverkehr erheblich zugenommen hat: „Die Nebenaufwendungen der Kurgäste waren größtenteils mäßig. Besondere Zurückhaltung ist bei dem Besuch der Veranstaltungen festzustellen, deren Eintrittsgelder in dem Preis der Kurkarte nicht enthalten sind". Obwohl in den Saisonzeiten der Ort gut besucht erscheint, ist in Wirklichkeit das finanzielle Ergebnis gering.

Des weiteren hat die Motorisierung einen gewissen Ausgleich innerhalb der Fremdenverkehrsorte im Gefolge. Bei nahegelegenen Orten wie Garmisch, Partenkirchen, Mittenwald, Murnau, Kochel, zeigt sich, daß besondere Veranstaltungen der einzelnen Orte das motorisierte Publikum der anderen Orte anzieht. Gewöhnlich in den Abendstunden kann man

29) Siehe: „Der Fremdenverkehr", Jahrg. 1, Nr. 26 v. 24. 10. 36.
30) Siehe Anm. Nr. 43.
31) Siehe Anm. Nr. 29.

zwischen den Orten einen regen motorisierten Verkehr feststellen. In dem einen Orte wird vielleicht einmal weniger Vergnügen geboten oder anderswo gibt es eine besondere gesellschaftliche Veranstaltung, dann bedeutet es für den motorisierten Reisenden nur geringe Mühe, um das Vergnügen mitgenießen zu können, ohne seinen einmal gewählten festen Standort aufzugeben.

Eine andere Form der Motorisierung macht sich ebenfalls in einem gewissen Ausgleich innerhalb der Fremdenverkehrsorte bemerkbar. Mietautobesitzer und Reisebüros finden im Fremdenverkehrsort einen großen Teil ihres Verdienstes im Zusammenstellen von kleineren oder größeren Gesellschaftsfahrten, die den Besuch der nahegelegenen Orte zum Ziel haben. Ausflüge im Auto, die einen halben, einen oder gar zwei Tage dauern, sind sehr beliebt. Sie erhöhen auch für den nichtmotorisierten Reisenden den Reiz des Erholungsaufenthaltes und machen ihn beweglicher, ohne daß er manche Schattenseiten des Autos mit in Kauf nehmen muß. Wenn die wirtschaftliche Wirkung für die besuchten Orte, weil es sich um Durchgangsverkehr handelt, nicht sehr groß ist, so tritt sie doch in Erscheinung vor allem dort, wo z. B. Bergbahnen, Museen oder sonstige Sehenswürdigkeiten zum Besuche einladen. Dieser gegenseitige Ausflugsverkehr zwischen den Fremdenverkehrsorten trägt auch zu einem gewissen Ausgleich der Preise bei. Solche Orte, deren Preise insgesamt niedriger sind, werden sehr bald von anderen teueren Orten Zuzug erhalten, bis ein Preisausgleich erfolgt ist.

Insgesamt werden sich für den Fremdenverkehrsort infolge des gesteigerten motorisierten Verkehrs in bezug auf Standort Veränderungen ergeben, die jedoch in den meisten Fällen noch nicht abgeschlossen sind und teilweise wohl überhaupt nicht abgeschlossen werden, denn die Beweglichkeit des motorisierten Verkehrs bedingt Verlagerungen, deren Grund zum Teil in dem sich stets ändernden Geschmack und Wünschen des Autopublikums, kurz in der Mode, zu suchen ist. Weiter ergeben sich damit erhebliche Veränderungen für die Einrichtungen des Fremdenverkehrsortes, sowie für dessen Fremdenverkehrsgewerbe. Diese sollen im Folgenden untersucht werden.

2. Das Beherbergungsgewerbe.

a) Der Strukturwandel.

Im Beherbergungsgewerbe besteht eine Fülle von Formen; die Arbeitsteilung ist hier also besonders groß. Luxushotel, Familienhotel, Hotel des Geschäftsreisenden, das Autohotel, der kleine Gasthof, die Pension, sie alle haben ihre besondere Aufgabe. Heute nun sind in dieser Arbeitsteilung durch die Motorisierung Verlagerungen in Erscheinung getreten. Das Luxushotel hat durch die Verkehrsentwicklung, insbesondere durch die Mo-

torisierung, seine Stellung nicht auf seiner früheren Höhe halten können. Wenn dies auch auf die wirtschaftliche Allgemeinentwicklung bis zu einem gewissen Grade zurückzuführen ist; so läßt sich andererseits folgendes feststellen: Die begüterten Schichten des Volkes, die früher Besucher des Luxushotels waren, sind heute zum größten Teil Autobesitzer und unternehmen mit diesen Autos auch Erholungsreisen. Nun ist aber die Beobachtung zu machen, daß der Autotourist das Luxushotel meidet. Kommt er verstaubt und müde von einer Reise, so legt er wenig Wert auf einen repräsentativen Empfang. Er will seinen Wagen gut untergebracht wissen und möglichst ohne Aufsehen seinen Einzug halten. Auch ist ihm allzu große Eleganz deshalb nicht angenehm, weil der beschränkte Raum seines Autos eine allzu große Gepäckbeförderung nicht erlaubt. Dagegen hat das Luxushotel nach wie vor seine Stellung im Ausländerverkehr erhalten. Auch der ausländische Automobilist bevorzugt das Luxushotel.

Ein weiterer Grund für das Abwandern der Autotouristen zum einfacheren Gasthaus ist in den Haltungskosten des Wagens zu suchen. Viele können eine Reise mit dem ihnen so sehr ans Herz gewachsenen Auto nur dann unternehmen, wenn sie irgendwie auf der Reise ihre Bedürfnisse einschränken. Diese Einschränkung trifft in erster Linie die Unterkunft. Es hat sich also eine Änderung in der Rangordnung der Bedürfnisskala vom besseren Wohnen zum besseren Reisen ergeben. Der bereits oben erwähnte Bericht[32] sagt darüber folgendes:

„Die Mehrzahl der Orte meldet, daß die deutschen Besucher mehr nach den billigeren Unterkünften fragten; dadurch war die Belebung der einfacheren und mittleren Unterkunftsstätten besonders stark. Die Orte mit starkem Ausländerbesuch berichten, daß der Ausländer die konzessionierten Betriebe und die guten und erstklassigen Hotels bevorzugte" (Landesfremdenverkehrsverband München und Südbayern). „Über die Belegung der Unterkunftsstätten ist zu berichten, daß die mittleren und einfachen Häuser, sowie die Privatzimmer bevorzugt wurden. Von allen Kurorten wird ausnahmslos die Wahrnehmung vermerkt, daß Gäste von den erstrangigen Häusern zu den kleineren Betrieben und Privatzimmern abwandern." (Nürnberg und Nordbayern).

„Die Sommergäste vermieden unnötige Ausgaben. Die Kaufkraft ist schwächer geworden. Bäder, wie auch Sommerfrischen machen die Beobachtung, daß trotz prozentualer Steigerung der Übernachtungen der Umsatz nicht in gleicher Weise gestiegen ist. Billige Pensionen und Privatquartiere werden bevorzugt" (Sachsen). „Die Aufwendungen der Kurgäste sind wenig gestiegen. Der Drang nach Sparsamkeit und einfacherer Lebensweise trat stark hervor". (Harz)[33].

Wie aus diesen Meldungen zu ersehen ist, haben die kleineren Hotels und damit auch die Familienhotels einen gewissen Zuwachs erhalten, letztere auch noch aus einem anderen Grunde: Das Auto bringt für weite

---

32) Siehe Anm. Nr. 29.
33) Siehe auch Anm. Nr. 38.

Strecken eine Preisermäßigung, die vom sozialen Gesichtspunkt betrachtet, den Charakter einer Familienvergünstigung trägt, da die kostenmäßigen Vorteile des Autos erst bei voller Besetzung richtig in Erscheinung treten. Die Reichsbahn hat dem nichts Gleichwertiges an die Seite zu stellen; wohl genießen Kinder bei ihr Fahrpreisermäßigung, aber eine eigentliche Vergünstigung der Familienreise, wie sie in der Schweiz und Frankreich in Gestalt der Familienbillets besteht, kennt die deutsche Reichsbahn nicht. Diese mit dem Auto reisenden Familien, die erst durch das Auto sich eine Reise erlauben können, suchen mit Vorliebe Familienhotels auf. Mit der Steigerung der Motorisierung hat sich ein anderer Typ des Hotels gebildet, der ganz auf den Autoverkehr eingestellt ist. Ich möchte ihn als „Autohotel" bezeichnen. Schon der Standort dieser Hotelart richtet sich ganz nach den Gegebenheiten des motorisierten Verkehrs; er befindet sich meistens an wichtigen Straßenkreuzungen, in den Verkehrsein- und Ausfallstraßen großer Städte, am Beginn oder Ende von Durchgangsstraßen, vor allem der Reichsautobahnen. Seine Einrichtungen sind in erster Linie für den Autoverkehr geschaffen. Zimmer werden nur mit der dazugehörigen Garage abgegeben, Reparaturwerkstätten für Autos, Tankstellen usw. sind dem Hotel angeschlossen. Wenn diese Hotels heute auch nur vereinzelt zu finden sind, so wird sich ihre Zahl doch mit einer weiteren Steigerung der Motorisierung erhöhen. Insbesondere die Reichsautobahnen werden den Bedarf gerade nach dieser Einrichtung vergrößern.

Die große Masse der Autotouristen bevorzugt heute den kleinen Gasthof an der Landstraße, der ihm und seinem Auto billige Unterkunft gewährt. Dieser Teil des Beherbergungsgewerbes hat aus der Verkehrsentwicklung den größten Nutzen gezogen.

b) Die Standortsveränderungen im Beherbergungsgewerbe.

Im Standort des Beherbergungsgewerbes haben sich in den letzten Jahren umwälzende Verlagerungen ergeben. Die mit der Motorisierung verbundenen, bereits besprochenen, Verschiebungen der Knotenpunkte des Verkehrs haben hier und dort Orte in ihrer Bedeutung aufsteigen lassen. Damit entstand natürlich auch auf der einen Seite Bedarf nach neuen Unterkunftsmöglichkeiten, andererseits wurden alte Hotels überflüssig. Insbesondere verlagerte sich das Bedürfnis nach Beherbung von früher wichtigen Eisenbahnhaltestellen zu kleineren Orten an Durchgangsstraßen. Drei Momente, die mehr oder weniger in einem Verhältnis zueinander stehen, haben für die Verlagerung des Beherbergungsgewerbes Bedeutung: Einmal der gesteigerte Kraftwagenverkehr, dann der Autostraßenbau und drittens Veränderungen im Sportbedürfnis. Letzteres trifft insbesondere die Ferien-, Sport- und Luftkurhotels. Man sucht heute vor allem im Winter höhere Lagen auf. Früher bevorzugte Orte in milden Tälern, Ba-

deorte, die häufig Übersetzungserscheinungen im Beherbergungsgewerbe aufwiesen, treten in den Hintergrund gegenüber hochgelegenen Orten. In letzteren entsteht erhöhter Bedarf nach Logis, der sehr oft nur durch Privatzimmervermietung befriedigt werden kann. Daß zwischen diesem Sportbedürfnis und der Motorisierung enge Zusammenhänge bestehen, beweist die Tatsache, daß das Sportpublikum meist motorisiert ist.[34])

Was diese Standortsveränderungen für das Beherbergungsgewerbe so gefährlich macht, ist die außerordentlich schnelle Entwicklung, der das einzelne Unternehmen mehr oder weniger ausgeliefert ist. Verkehrsumschichtungen, die früher Generationen brauchten, vollziehen sich heute in ebensoviel Jahren. Für das Beherbergungsgewerbe ist die rasche Anpassung deshalb so erschwert, weil abgesehen von der Privatzimmervermietung der Kapitalaufwand sehr groß ist. Der Einzelne mag als Geschäftsmann noch so wendig sein, er kann sein Eigentum nicht wie ein Schneckenhaus hintragen wo es ihm beliebt. Sein Unternehmen ist in weit höherem Maße an den Standort gefesselt wie Industrie und Handel. Es ist leichter in demselben Fabrikgebäude heute Garn zu spinnen und morgen Maschinen herzustellen, als aus einem Luxushotel eine Jugendherberge zu machen[35]).

c) Die Veränderungen des Beherbergungsbetriebes.

Die Veränderungen, die der Personenkraftwagen für das Hotel mit sich gebracht hat, sind je nach der Art des Hotelsbetriebes verschieden. Es dürfte aber heute kaum im Beherbergungsgewerbe noch Betriebe geben, die sich bisher gar nicht auf den Autoverkehr einstellen mußten.

Mit der Ankunft des Gastes fängt es schon an: Es muß trockene Unterkunft für das Auto in einem ordentlichen Raume zur Verfügung stehen. Vielleicht ist das Auto sehr schmutzig, dann muß ein Mann zur Verfügung stehen, der es wäscht. Auch muß dieser kleine Reparaturen vornehmen können, z. B. Zündkerzen auswechseln usw. Bei größeren Betrieben sollte ein Garagenwart vorhanden sein. Die Räume dürfen im Winter nicht zu kalt sein, sonst springt der Wagen am nächsten Tage schlecht an. Auch Tankstellen sollen wenigstens in der Nähe sein, desgleichen Reparaturwerkstätten. Gerade die Zusammenarbeit mit letzteren ist für den Beherbergungsbetrieb wichtig: so mancher Autotourist, der unterwegs eine Panne erlitten hat, sucht sich möglichst nahe der Reparaturwerkstätte seine Unterkunft. Umgekehrt wird das Hotel sehr oft der Reparaturwerkstätte Aufträge vermitteln können. Daß die notwendigen Einrichtungen für das Hotel eine kostenmäßige Belastung bedeuten, braucht kaum der Erwähnung. Deshalb ist es auch vollauf berechtigt, wenn die

34) Vgl. „Die Wirtschaftskurve", Heft II/1936.
35) Vgl. „Deutsche Hotelnachrichten" v. 13. 5. 1933.

Wirtschaftsgruppe „Beherbergungsgewerbe" die kostenlose Hergabe der Garage, als unter das Zugabeverbot fallend, verbietet. Auch bei der Tankstellenfrage gibt es manche Schwierigkeit: Die Baupolizei hat ein gewichtiges Wort mitzusprechen, Feuerversicherung ist zu tragen usw. Alle Wünsche zu befriedigen ist gerade bei der Einrichtung der Tankstellen schwierig. Besonders für den kleineren Betrieb rentiert sich höchstens eine Tankstelle. Ist aber etwa eine Shell-Tankstelle vorhanden, so benötigt der Autotourist sicher irgendeinen anderen Treibstoff.

Der Hotelier hat weiter über eine Reihe anderer mit dem motorisierten Gaste zusammenhängender Fragen nachzudenken, z. B. hat jeder Autofahrer, der bestaubt und schmutzig von einer Reise kommt, das Bedürfnis ein Bad zu nehmen, sich umzukleiden und zu erfrischen. Die entsprechenden Bäder, besonders Brausebäder, sind einzurichten. Es muß weiter für die Chauffeure preiswerte und anständige Unterkunft, sowie Verpflegung geboten werden. Gerade sie müssen Badegelegenheit haben. Hier dürften gemeinsame Bäder in jedem Fall genügen. Befindet sich die Garage im Hotel selbst, so lassen sich die Chauffeure, Diener usw. leicht in den obersten Stockwerken unterbringen; diese müssen dann gesonderte Zugänge erhalten.

Aber auch sonst läßt sich für den reisenden Automobilisten manches Angenehme schaffen. Man kann ihm z. B. Verpflegung für unterwegs in ansprechender Form darbieten und zwar nicht bloß Essen, sondern auch Trinken. Wo man Gelegenheit hat Trockeneis mitzugeben, können Butter, Aufschnitt, Salate und Getränke gekühlt werden, was sie frisch erhält. Warme Getränke können in Thermosflaschen mitgegeben werden. Bestecks, Papierservietten, entsprechendes Geschirr, sowie Umhüllungen z. B. aus Cellophan oder aus Metallfolie sind verkaufsfertig bereitzuhalten, sodaß der Autoreisende unterwegs ein Picknick veranstalten kann und nicht auf Einkehr angewiesen ist. Er ist dann in seiner Reiseroute ziemlich unbeschränkt.

Sehr angenehm wird vom Automobilisten auch empfunden, wenn ihn das Hotel mit Auskünften versieht über Reiserouten, Autostraßen. Besonders schöne Ausflüge in die Umgebung und dazu Führer, Karten, Prospekte bereitstellt, aus denen ersichtlich ist, wo er fahren soll, wo geeignete Rastgelegenheit ist, wo unter Umständen Straßen gesperrt sind[36].

b) Die Kosten im Beherbergungsgewerbe.

Wie schon festgestellt, hat die Motorisierung eine Verlagerung des Verkehrs mit sich gebracht; es besteht auch kein Zweifel, daß das Auto eine gewaltige Steigerung des Verkehrs in seiner Gesamtheit, insbesondere aber des Fremdenverkehrs zur Folge hatte. Trotzdem hat das Auto gerade

36) Vgl.: „Der bayerische Gastwirt und Hotelier" v. 26. 10. 34 Nr. 43.

für das Beherbergungsgewerbe gewisse Wirkungen gehabt, die recht unangenehm empfunden werden.

Es hat sich nämlich durch das Automobil eine Verlagerung vom Dauergast zum Passanten entwickelt. Das Auto durchfährt rasch große Strecken und reißt den Gast überall mit Gewalt weiter. Wozu zwei Nächte im Hotel, wenn man die nächste Nacht schon wieder zu Hause sein kann? Die Ausflüge, die das Auto gestattet, reizen dazu, das Hotel am Morgen aufzugeben und weiterzufahren. Dem Geschäftsreisenden erspart das Auto Rück- und Umwege und vergrößert seinen Aktionsradius.

Selbst ein Kurort wie Baden-Baden zeigt für das Jahr 1934 eine weitere Verkürzung der Durchschnittsaufenthaltsdauer auf 5,93 Tage gegenüber 7,04 Tagen im Jahre 1930. Die Aufenthaltsdauer ist in den einzelnen Kurorten außerordentlich verschieden, sodaß ein gleichartiges Bild über sämtliche Fremdenverkehrsgebiete des Deutschen Reiches nicht zu gewinnen ist. Der bereits erwähnte[37] Bericht sagt darüber folgendes: „Der Durchschnittsaufenthalt betrug in kleineren Bädern 3 Wochen, in großen Bädern 2—3 Wochen. Es ist hier ein Rückgang der Aufenthaltsdauer zu verzeichnen".

„Die Dauer des Aufenthaltes der Gäste ist allgemein zurückgegangen. In größeren Fremdenverkehrsgemeinden beträgt sie meist nur 10 –14 Tage" (Landesfremdenverkehrsverband Rhein-Main).

„Die Dauer des Aufenthaltes der Kurgäste hat sich im allgemeinen etwas vermindert" (Mecklenburg).

„Der Durchschnittsaufenthalt in den Küstenbädern und Luftkurorten betrug 3 Wochen" (Unterweser-Jade).

Da jeder Reisende in jedem Ort, den er besucht, neu gezählt wird, bringt diese Aufenthaltsverkürzung eine Erhöhung der Fremdenverkehrsziffern mit sich, ohne daß sich damit die Zahl der Reisenden oder ihr Verbrauch entsprechend heben muß.

Für das Hotel bringt aber die Zurückdrängung des Dauergastes einen Verlust an dem gerade am besten zahlenden Kunden. Sowohl das Beherbergungsgeschäft leidet darunter als auch der Restaurationsbetrieb; letzterer wird gefährlichen Schwankungen unterworfen. Während eben noch die große Speisehalle des Hotels zur Mittagszeit fast leer ist, fahren im nächsten Augenblick die Omnibusse einer Gesellschaftsreise vor. Selten, daß sich ein solcher Einfall des Segens vorher anmeldet. Auch drängt die Zeit, die Reisegesellschaft muß am selben Tage noch eine weite Strecke zurücklegen. Solches Stoßgeschäft, das vor allem auch der Wochend-Ausflugsverkehr, wenn auch in leichter berechenbarer Form, mit sich bringt, bedeutet für das Hotel den Unterhalt eines großen Angestelltenstabes und das Bereithalten größerer Vorräte an Nahrungsmitteln usw. Beides aber verursacht erhöhte Kostenbelastung.

---

37) Vgl.: Bericht der Landesfremdenverkehrsverbände an den Reichsfremdenverkehrsverband über die Sommersaison 1936, siehe Fußnote 29.

Auch beim Beherbergungsgeschäft macht sich die Verkürzung des Aufenthaltes in einer Erhöhung der Kosten bemerkbar. Die Einrichtungen unterliegen einer stärkeren Abnützung, die Hotelwäsche muß z. B. häufiger gewaschen werden, wodurch sich auch hier ein erhöhter Verbrauch ergibt.

Häufig ist der Autotourist in bezug auf Einkommen nicht besonders gut gestellt, wenigstens die große Masse[38]. Diese Tatsache wird sich mit dem Volksauto noch stärker bemerkbar machen. Dazu kommt, wie bereits bemerkt, daß das Reisen im Auto einen verhältnismäßig hohen Teil der Kosten einer Ferienreise ausmacht, wobei zu berücksichtigen ist, daß nicht nur die Fahrkosten, sondern auch evtl. Reparaturen, Garage, Versicherung und dgl. anfallen können.

Wenn auch diese Schwierigkeiten alle bestehen und vom Beherbergungsgewerbe zum Teil drückend empfunden werden, so läßt sich doch feststellen, daß die Besserung des Umsatzes im Beherbergungsgewerbe, die seit dem Jahre 1933 zu verzeichnen ist, zu einem erheblichen Teile auf die durch die Motorisierung erfolgte Steigerung des Fremdenverkehrs und der Reiselust zurückzuführen ist. Es mögen in diesem Zusammenhange die Ergebnisse der bereits angeführten Rundfrage von Dr. Wesemann angeführt werden[39]. Diese erstreckte sich auch auf die Schätzung der täglichen Ausgaben der Autoreisenden. Durchschnittlich ermittelten die befragten Orte einen Ausgabensatz von RM. 4.— pro Tag und Reisenden. Er liegt zumeist in großen Orten, insbesondere in solchen mit zugkräftigen Sehenswürdigkeiten, weit über diesem Durchschnitt, dagegen in kleineren Orten mit geringerem Fremdenverkehr etwas darunter.

Diese Schätzungen vermitteln nur eine recht ungenügende Vorstellung. Zu berücksichtigen ist dabei, daß die Ausgaben wohl hauptsächlich dem Gastwirts- und Beherbergungsgewerbe zufließen, wobei zu betonen ist, daß es sich nur um den Touristenverkehr handelt, denn der Umsatz aus dem gesamten Kraftwagenreiseverkehr läßt sich so gut wie überhaupt nicht abschätzen. Wenn man die durchschnittliche Besetzung der Beherbergungsbetriebe mit 30—60% Autotouristen annimmt, so kann man den berechtigten Schluß ziehen, daß der Autoverkehr im Jahre 1932 für die Einnahmen des Beherbergungsgewerbes mit den wichtigsten Teil lieferten. Wenn man außerdem die in den Jahren 1932—1935 erfolgte Erhöhung des Personenautobestandes von insgesamt 561 000 auf 810 000 berücksichtigt, dazu die allgemein gesteigerte Kaufkraft des deutschen Volkes, sowie die in den Fremdenverkehrszahlen sich ausdrückende erhöhte Reiselust, so kommt man zu dem Schluß, daß das Beherbergungsgewerbe heute mit den Einnahmen aus dem Autotouristenverkehr steht und fällt.

---

38) Siehe auch Anm. 33.

39) Siehe Anm. 27.

3. Die übrigen Fremdenverkehrsgewerbe.

Eine weitere Untersuchung der Wirkungen des motorisierten Verkehrs auf die am Fremdenverkehr mittelbar beteiligten Wirtschaftszweige, insbesondere auf den Einzelhandel, scheitert an dem Mangel an statistischen Erhebungen. Zudem dürfte eine typische Wirkung der Motorisierung nur in Ausnahmefällen gegeben sein. Die Motorisierung fällt in dieser Beziehung aus dem allgemeinen Komplex „Fremdenverkehr" nicht heraus. Eine Gegenüberstellung bzw. Untersuchung der Wirkungen des Fremdenverkehrs z. B. auf den Einzelhandel würde aber aus dem Rahmen dieser Arbeit herausfallen.

Anders verhält es sich um die Beziehungen zwischen der Motorisierung und den ausgesprochenen Verkehrsgewerben. Hierbei sind zwei Gruppen zu unterscheiden: solche, die mit der Motorisierung überhaupt erst entstanden sind und solche, die bereits früher vorhanden waren, die aber durch die Motorisierung einen neuen Tätigkeitsbereich erhalten haben. Zu ersteren gehört das Mietautogeschäft, das im Fremdenverkehr eine mehrfache Rolle spielt. Einmal werden in Form von Stadtrundfahrten die Gäste des betreffenden Ortes mit den Sehenswürdigkeiten bekannt gemacht, zum anderen werden Einzelfahrten innerhalb des Ortes ausgeführt, von denen nur ein mehr oder weniger großer Teil unter den Begriff Fremdenverkehr fällt. Während diese beiden Formen vom Standpunkt des Fremdenverkehrsortes durchaus zu begrüßen sind, weil das Geld des Gastes im Orte bleibt, bedeuten die Rundfahrten des Mietautogewerbes, die den Fremden mit den benachbarten Fremdenverkehrsorten bekannt machen, einen gewissen Verlust für den Ort, weil der Fremde einen Teil seines Geldes in anderen Orten ausgibt, womit eine breitere Auswirkung des Fremdenverkehrs in diesem Orte verhindert wird. Diese Tatsache darf jedoch nicht überschätzt werden, weil durch diese Rundfahrten eine ausgleichende Wirkung zwischen den einzelnen Orten erzielt wird. Dem betreffenden Ort wird nämlich das, was ihm verlorengeht, von anderen Orten sehr oft wieder zugebracht. Dazu kommt, daß die Möglichkeit, von einem Orte aus eine Reihe anderer kennenzulernen, ein überaus werbendes Moment für einen Ort bedeutet. Von diesem Gesichtspunkt aus hat das Mietautogewerbe für den Fremdenverkehrsort seine besondere Bedeutung.

Eine bis jetzt noch geringe Rolle spielt im Fremdenverkehr eine andere Form der Autovermietung, nämlich das Zurverfügungstellen des Autos ohne Führer unter alleiniger Berechnung einer Abnützungsgebühr, die sich nach den gefahrenen Kilometern richtet. Diese Form kommt heute hauptsächlich für besonders eilige Geschäftsreisen in Frage, bei denen ein eigenes Auto nicht zur Verfügung steht. Für den Ausflugsverkehr eines Ortes sind die Kosten heute noch zu hoch.

Zu der zweiten Gruppe von Verkehrsgewerben gehört das Reisevermittlungsgewerbe, das neben den alten Verkehrsmittel Eisenbahn und Schiff heute das Auto und das Flugzeug zu seinem Aufgabengebiet zählt.

Das Reisevermittlungsgewerbe ist Bahnbrecher des Fremdenverkehrs; es entdeckt neue Verkehrsmöglichkeiten und neue Fremdenverkehrsgebiete. Gerade was letzteres betrifft, hat es eine gewaltige Bedeutung für die Motorisierung und umgekehrt die Motorisierung für dieses Gewerbe. Daß heute der Autotouristenverkehr ganz neue Gebiete in Deutschland entdeckt hat und sie gewissermaßen erschlossen hat, daran haben ein gut Teil die Reisevermittler ein Verdienst. Aber das Verhältnis der übrigen Fremdenverkehrsgewerbe zu den Reisevermittlern in bezug auf den motorisierten Gesellschaftsreiseverkehr sowohl als Teil des Fremdenverkehrs als auch in bezug auf die Gesamtheit Fremdenverkehr, weist auch einige Schwierigkeiten auf. Bei den Fremdenverkehrsgewerben steht im Mittelpunkt ihrer Interessen der Aufenthalt des Gastes. An ihm verdienen sie und zwar je länger dieser dauert, um so mehr.

Der Verdienst steigert sich einmal durch die, infolge des längeren Aufenthaltes, absolute Steigerung der Ausgaben des Gastes, zum anderen machen sich durch einen längeren Aufenthalt die degressiven Kosten, insbesondere im Beherbergungswesen bemerkbar. Diesen auf einen möglichst lange ausgedehnten Aufenthalt zielenden Interessen des gesamten Fremdenverkehrsgewerbe steht das Interesse des Reisevermittlungsgewerbes an einer möglichst langen Reise entgegen. Das Reisevermittlungsgewerbe verdient am Aufenthalt weniger als an der Reise, auch unter Berücksichtigung des Verdienstes an Pauschalaufenthalten, Hotelgutscheinen usw., da an diesen Einrichtungen das Reisevermittlungsgewerbe infolge der niedrigen Verdienstspanne nur wenig verdienen kann. Das eigentliche Aufgabengebiet der Reisebüros ist und bleibt die Reise an sich, weshalb auch das Auto, das mehr wie jedes andere Verkehrsmittel das Hauptgewicht auf die Reise legt, das dem Wesen des Reisevermittlungsgewerbe am besten entsprechende Verkehrsmittel ist.

4. Die Verkehrseinrichtungen des Fremdenverkehrsortes.

a) Parkplätze und Garagen.

Immer mehr gewinnen für die Fremdenverkehrsorte Fragen, die die Unterkunft und die Abstellmöglichkeiten des Autos betreffen, an Bedeutung. Die heutige Lage ist gekennzeichnet durch die Tatsache, daß die Motorisierung schneller fortschreitet, als die Bereitstellung von Parkplätzen und Garagen erfolgen kann.

In erster Linie gehen diese Probleme heute die Großstadt an. In Fremdenverkehrsorten aber komplizieren sich diese Fragen.

In kleineren Fremdenverkehrsorten ist im allgemeinen die Raumbeschaffung für das Auto nicht allzu schwer. Schwierig dagegen ist es, Parkplätze und Garagen so anzulegen, daß sie zentral gelegen sind und trotzdem durch Lärm und Geruch den Fremdenverkehr nicht stören. Sie müssen groß

und geräumig sein und dazu für den Fremden leicht auffindbar. Also schon bei der Einfahrt in den Ort sind entsprechende Hinweise anzubringen. Bequeme Zu- und Abfahrtsstraßen sind notwendig. Bei Parkplätzen ist es erwünscht, daß schattige Bäume eine zu starke Sonnenbestrahlung des Wagens verhindern. Parkplätze und Garagen müssen auch in die Gegend passen und dürfen dazu nicht verkehrshemmend wirken. Insbesondere im Stadtinnern können Parkplätze den Verkehr außerordentlich stören. Je größer der Fremdenverkehrsort, umso schwieriger sind diese Probleme zu lösen. In vielen größeren Orten werden Parkplätze und Garagen zweckmäßig an den großen Durchgangsstraßen anzulegen sein.

Ein Auto zu halten ist heute weniger eine Frage des Anschaffungspreises, als eine Frage der Unterhaltskosten. Der kleine Autobesitzer, der sparen muß, weicht dabei in der Richtung des geringsten Widerstandes aus. Während ein Sparen bei den Versicherungskosten im allgemeinen nicht in Frage kommt, werden sehr häufig die Kosten für das Unterstellen vermieden. Man stellt den Wagen ganz einfach „unter der Laterne" ein. Diese „Laternen-Garage" macht sich heute auch in den Fremdenverkehrsorten bemerkbar. In größeren Orten wird das Auto dann leicht zum Stein des Anstoßes im Verkehr. Es entwickelt sich aus der Beherbergung des Autos als Preisfrage für den Autobesitzer die Aufgabe, für den Kommunalpolitiker Unterstellräume und Parkplätze zu beschaffen. Die „Laternen-Garage" ist zwar noch ebensowenig ein Beweis für eine Garagennot, wie leerstehende Garagen ein Beweis für eine Übersetzung sind. Sie läßt lediglich auf ein Mißverhältnis zwischen Garagenkosten und den Einkommensverhältnissen eines Teiles der Autobesitzer schließen, weiter aber auch in den größeren Städten auf eine Planlosigkeit in der Garagenverteilung. Besonders interessant sind in diesem Zusammenhang die Garagenverhältnisse in Berlin. Im Westen der Stadt, dazu in Zehlendorf, Neu-Tempelhof, Steglitz, ist ein Mangel an Garagen festzustellen. Die dort vorhandenen Garagen sind zu 100% ausgenützt. Im Norden und Osten Berlins dagegen ist nur etwa 90% des Garagenraumes ausgenützt, ja es gibt dort sogar einzelne leerstehende Garagen. Leider ist bis heute für Berlin noch keine Übersicht über die Verteilung der Kraftwagen auf die einzelnen Stadtbezirke vorhanden. Lediglich für die Innenstadt hat man heute mit einer Statistik begonnen. Nach dieser Erhebung, die erst teilweise vorliegt, können 22 200 Kraftwagen in 2590 Garagen Unterkunft finden. Dabei stehen 213 Garagen mit über 1000 Wagen Fassungsvermögen leer, während andererseits etwa 1000 Autos in Hauseinfahrten, Remisen, Schuppen und Wellblechgaragen untergebracht sind. Diese Verhältnisse lassen jedoch kein Urteil über die Ausnützung des Garagenraumes der ganzen Stadt Berlin zu, noch weniger sind damit die Verhältnisse in anderen Städten beleuchtet. Die regionalen Unterschiede dürften ganz erheblich sein. Sicher ist, daß die meisten der in Garagen untergebrachten Autos sich auf Garagen mit 25—100 Boxen verteilen. Großgaragen über 100 Boxen sind verhältnismäßig selten (in Berlin-Innenstadt sind nur

etwa 23 vorhanden, davon 6 mit mehr als 200 Boxen und nur eine über 500 Boxen)[40].

Welche Anforderungen stellt aber nun der motorisierte Fremdenverkehr in bezug auf Bereitstellung von Unterkunftsraum für das Auto?

In größeren Städten konzentriert sich die Nachfrage des Fremdenverkehrs auf Garagen zwischen 25 und 100 Boxen (meist Hotelgaragen). Da aber der motorisierte Fremdenverkehr zum größten Teil Passantenverkehr ist, ergibt sich damit für die Besitzer solcher Garagen eine sehr starke Schwankung in der täglichen, noch mehr in der jahreszeitlichen Besetzung der Garagen. Besonders betroffen sind davon solche Orte, die für Tagungen, Parteikongresse usw. bevorzugt werden. Dies ist deshalb gefährlich, weil in größeren Garagen eine verhältnismäßig starke Kapitalinvestition steckt (hohe Bodenpreise, Versicherung usw.). Dies dürfte ein Grund sein für die geringe Anzahl von Großgaragen, auch in solchen Orten, deren motorisierter Verkehr auf eine größere Anzahl großer Garagen schließen lassen sollte.

In kleineren und kleinsten Fremdenverkehrsorten sind diese Probleme naturgemäß in weitaus geringerem Ausmaß vorhanden. Hier wird die Kleingarage unter 5 Autos Fassungsvermögen bevorzugt, und die Zahl derjenigen Autos, die ein Unterkommen in Wellblechgaragen, Hofeinfahrten oder Freien sucht, ist unverhältnismäßig hoch. Von diesem Gesichtspunkt aus ist auch das Problem des Privatvermietens interessant. In ländlichen Bezirken gibt es heute noch eine große Anzahl Hotels und Gasthöfe, die nur über bescheidenen Garagenraum verfügen, der in den Zeiten der Hochsaison zumeist nicht ausreicht. Hier tritt dann der Privatvermieter als Lückenbüßer auf. Er ist in den meisten Fällen in der Lage, wenn auch keine Garage, so doch andere Unterstellmöglichkeit für das Auto zu bieten. Der bereits erwähnte[41] Bericht sagt über die Steigerung des Privatvermietens folgendes:

„Kleinere und mittlere Kurorte und Sommerfrischen des Schwarzwaldes berichten über gesteigerte Ansprüche der Reisenden bei möglichst billigen Preisen und starke Nachfrage nach Privatunterkünften" (Landesfremdenverkehrsverband Baden).

„Das Beherbergungsgewerbe konnte eine leichte Höhe im Umsatz verzeichnen. Vielerorts hatte sich jedoch eine Abwanderung in Privatpensionen bemerkbar gemacht" (Rheinland).

„Das Beherbergungsgewerbe beklagt Abwanderung der Erholungsgäste in Privatquartiere" (Mittlere Ostmark).

Infolge des geringen Einkommens vieler Autobesitzer wird diese Möglichkeit bevorzugt, denn in der Regel verlangt der Privat-Einzelvermieter für das Einstellen des Autos so gut wie nichts oder stellt es nicht extra in Rechnung. Er nimmt aber damit dem Gasthof und Hotel Gäste

40) Vgl. hierzu: Frankfurter Zeitung v. 6. 4. 1936, Nr. 179/S. 6, „Auto-Hotel oder Autostall".

41) Siehe Anm. 29.

weg und zwar gerade solche, die als Passanten mehr dem Charakter des Hotels entsprechen. Für den Autotouristen ergibt sich aber neben der Ersparnis die Annehmlichkeit, daß er sein Auto besser unter Aufsicht hat als in vielen Fällen im Hotel, dessen Garagen aus Gründen der Lärm- und Geruchsbekämpfung oft nicht unmittelbar am Hause liegen. Diese offensichtliche Bevorzugung des Privatvermieters durch den Autotouristen hat aber die Folge, daß viele Privatvermieter, die die Erfahrung gemacht haben, daß das Anbieten von Garagen, insbesondere an großen Durchgangsstraßen des Fremdenverkehrs, viele Autotouristen für das Übernachten gewinnt, zum Bau eigener Garagen übergehen. Leider werden aber gut ausgestattete Garagen, die sich in Form und Lage in die Gegend einpassen, nur selten gebaut, dagegen umsomehr aus Gründen der Billigkeit irgendwelche Räume, die auch für andere Zwecke geeignet sind. Dies trifft auch für viele kleine Hotels und Gasthöfe zu. Solche Räume bilden für jeden Fremdenverkehrsort, der auf Sauberkeit und gefälliges Aussehen halten muß, eine Verunstaltung.

Die Bevorzugung des Privatvermieters durch den Autotouristen wird mit der Steigerung der Motorisierung, in verstärktem Maße aber mit dem Volksauto wachsen. Das Privatvermieten im Fremdenverkehr, das von dem übrigen Beherbergungsgewerbe in seinen Auswüchsen schärfstens bekämpft wird, ist in der Hauptsache eine Kostenfrage und nur von dieser Seite wird, wenn überhaupt, eine Lösung herbeigeführt werden können. Solange sich aber durch die Motorisierung das Hauptgewicht auf die Reise verlegt, also für diesen Teil unverhältnismäßig mehr Mittel aufgewandt werden wie für den Aufenthalt, so lange wird das Bedürfnis nach Verbilligung der Unterkunft für Gast und Auto vorhanden sein. Ein zwangsmäßiger Eingriff, der den Privatvermieter, wenn auch nicht ausschaltet, so doch in den Hintergrund drängt, dürfte den gesamten Fremdenverkehr, in der Hauptsache aber den motorisierten Fremdenverkehr, schwer schädigen. Getroffen würden in erster Linie weniger die Kreise, die sich bereits früher eine Reise leisten konnten, als vielmehr die, die durch die Entwicklung der letzten drei Jahre zusätzlich für das Reisen gewonnen wurden.

Fassen wir das Ergebnis zusammen, so ist festzustellen, daß die Motorisierung auch durch die Stellung der Frage nach der Unterkunft des Autos die im Fremdenverkehr schon vorhandene Problematik des Privatvermietens noch kompliziert hat. Dazu sind sowohl für den kleinen wie den großen Fremdenverkehrsort Schwierigkeiten in der Schaffung von Garagen und Parkplätzen entstanden.

b) Die Straßen.

Die Straße hat für den Fremdenverkehrsort infolge der Motorisierung eine gesteigerte und teilweise ganz neue Bedeutung erhalten. Zwei Aufgaben sind es insbesondere, die die Straße im Fremdenverkehrsort zu lösen hat. Sie muß als Verkehrsweg diegesteigerten Anforderungen der

Motorisierung bewältigen, und sie muß weiter den günstigsten Gesamteindruck des Fremdenverkehrsortes vermitteln.

Was ihre Aufgabe als Verkehrsweg betrifft, so muß sie neben den technischen Erfordernissen einer modernen Straße, also z. B. einer Straßendecke, die dem motorisierten Verkehr Rechnung trägt, auch breit und geräumig gebaut sein. Unübersichtliche Kurven im Orte selbst sind zu vermeiden, selbst wenn damit das Ortsbild an Reiz verlieren sollte. Die Unübersichtlichkeit einer Straße im Orte hat notwendig die Verstärkung des Straßenlärms zur Folge. So berichtet der Landesfremdenverkehrsverband Nürnberg und Nordbayern[42]: „Die stärkere Entwicklung des Autoverkehrs hat es mit sich gebracht, daß die an den Hauptverkehrsstraßen gelegenen Häuser vor allem in der Vor- und Nachsaison gemieden werden".

Es wurde bereits angedeutet, zu welcher Plage sich dieser Verkehrslärm für den Fremdenverkehrsort entwickeln kann[43]. Die gesteigerte Motorisierung zwingt den Fremdenverkehrsort natürlich, in erster Linie den größeren Ort, zur Anlage von breiten Fußgängersteigen, unter Umständen auch Radfahrwegen, die die Straße zugunsten des Autos entlasten.

Die Straße muß anderseits die besondere Schönheit des Ortes voll zur Geltung kommen lassen, ja sie muß bewußt so geführt sein, daß der Autotourist sich veranlaßt fühlt, hier zu halten, sich den Ort anzusehen, vielleicht einen kürzeren oder längeren Aufenthalt zu nehmen oder doch sich vorzunehmen, später einmal wiederzukommen. Die Straße muß also für den Fremdenverkehrsort eine Empfehlung sein, sie muß, ohne sich selbst in das Bewußtsein des Fahrers zu drängen, den unmittelbarsten Eindruck des Ortes verschaffen.

Schon diese Fragen sind für manchen Ort schwer zu beantworten. Es steigern sich aber die Schwierigkeiten dort, wo ein starker motorisierter Durchgangsverkehr für den Ort die Gefahr bringt, das erholungssuchende Reisepublikum zu vertreiben. Hier entsteht die Frage, wie kann man durch eine geschickte Straßenführung diese Gefahr verringern? Es können entweder die Straßen, die vom Durchgangsverkehr betroffen sind, so geführt werden, daß sie die Stadt- bzw. Ortsteile, in denen das Beherbergungsgewerbe seinen Standort hat, möglichst wenig berühren. Bad Tölz z. B. hat jeglichen motorisierten Verkehr in seinem Kurviertel verboten, und die Durchgangsstraßen sind um dieses Stadtviertel herumgelegt. Dieser Weg ist dann nicht gangbar, wenn sich das Fremdenverkehrsgewerbe mehr oder weniger gleichmäßig über den ganzen Ort verteilt. Sehr häufig wird das Fremdenverkehrsgewerbe seinen Standpunkt an den landschaftlich am schönsten gelegenen Teilen des Ortes haben, der motorisierte Verkehr aber wird aus denselben Motiven ebenfalls gerade diese Teile des Ortes besuchen.

Hier hat die zweite Möglichkeit einer Straßenführung, der Bau einer Umgehungsstraße um den Ort herum, ihren Sinn. Ihr Zweck ist

---

42) Siehe Anm. 29.
43) Siehe Anm. 30.

der, einen möglichst großen Teil des Durchgangsverkehrs von der Fahrt durch den Ort abzuhalten. Dies wird natürlich nicht bei allen Orten gleichmäßig zu erreichen sein. Es werden immer eine große Anzahl Autotouristen den Weg durch den Ort wählen, um sich einen Eindruck von dessen Lage, Eigenart, Schönheit usw. zu verschaffen. Der Name und Ruf des Ortes spielt hier eine ausschlaggebende Rolle: berühmte Orte werden mit Umgehungsstraßen wohl kaum den erwünschten Erfolg erzielen, höchstens der geschäftliche Reiseverkehr wird diesen Weg wählen und auch nur dann, wenn er der kürzere ist. Andererseits ist zu bedenken, daß diese Umgehungsstraßen auch manchen Autotouristen von dem Besuche des Ortes abhalten, der von dessen Schönheit gefesselt, unter Umständen dort Aufenthalt genommen hätte. Letzteres gilt in erhöhtem Maße von den kleinen und unbekannten Orten.

Zweifelsohne kann eine geschickte Straßenführung die Nachteile der Motorisierung für den Fremdenverkehrsort mindern. Aber wie viele Orte gibt es, die ihre Straßen so führen können, wie sie gerne möchten? Nicht nur die Kostenfrage, die allerdings ein entscheidendes Wort, am meisten bei den kleineren Orten mitzureden hat, sondern auch natürliche Hindernisse, die Lage des Ortes, Denkmäler von historischem Werte, deren Verlust man vermeiden möchte, sonstige Anziehungspunkte des Fremdenverkehrs, auf die man nicht verzichten kann, verhindern eine freizügige Straßenführung. Jedenfalls wird es nur bei wenigen Orten gelingen, durch geschickte Führung der Straßen eine ganze Lösung zu erzielen.

Es ergeben sich aber für den Fremdenverkehrsort in seinem Verhältnis zur Straße noch andere wichtige Fragen, Je nach ihrem Charakter kann eine Straße für den Fremdenverkehrsort eine Steigerung oder Minderung seines Fremdenverkehrs bedeuten. Eine Straße, wie die im Bau befindliche Queralpenstraße, wird für die Orte, die sie berührt, bestimmt eine Erhöhung des Fremdenverkehrs und zwar auch des Erholungsverkehrs mit langer Aufenthaltsdauer mit sich bringen, während dagegen andere Straßen, die weite Gebiete in gerader Linie durchziehen, den Fremdenverkehr unter Umständen von diesen Gebieten und damit von in ihnen befindlichen Orten ablenken. Woher kommt das? Es liegt, wie schon gesagt, in dem Charakter der Straße begründet. Die eine dient geradezu der Erschließung einer Gegend, sie will in erster Linie die Gegend mit all ihrer Schönheit dem Reisenden vermitteln. Sie ist gewissermaßen eine „Erholungsstraße". Sie wird in der Hauptsache vom Fremdenverkehr benützt, ihre ganze Linienführung ist auf das Betrachten und Erfassen der Landschaft abgestellt. Sie lädt auch den Reisenden ein, an den schönsten Punkten Aufenthalt zu nehmen. Anders die große Durchgangsstraße. Sie ist in erster Linie Verkehrsweg. Ihre ideale Fahrgelegenheit verleitet den Reisenden ohne längeren Aufenthalt große Strecken zurückzulegen. Wohl nimmt auch sie auf die Schönheit der Gegend Rücksicht, aber es überwiegen die Gründe der zweckmäßigsten Verkehrsgestaltung.

Was hat nun der Fremdenverkehrsort mit diesen charakterlichen Unterscheidungsmerkmalen der Straße zu tun? Wie bereits angedeutet, gibt

die Art des Verkehrsweges dem Fremdenverkehrsort seine Prägung. Der eine Ort wird in seinen Einrichtungen, seinen Verkehrsgewerben auf den Durchgangscharakter des Verkehrs Rücksicht nehmen müssen, der andere Ort wird sich auf einen Fremdenverkehr mit längerer Aufenthaltsdauer der Gäste einrichten. Jeder Fremdenverkehrsort hat aber nicht nur aus privatwirtschaftlichen, sondern aus sozialen und kulturellen Gründen nicht nur das Bedürfnis, sondern auch die Pflicht, den Gast zur Verlängerung seines Aufenthaltes zu veranlassen. Der an einer solchen Durchgangsstraße gelegene Fremdenverkehrsort wird also gegen die durch die Straße bedingte Flüchtigkeit des Verkehrs sich zur Wehr setzen müssen. Er wird in seiner Werbung den Charakter der Straße in Verbindung bringen mit seinen Vorzügen, er wird den Fremden aufmerksam machen müssen auf all die Einzelheiten, die er vom Auto aus nicht unmittelbar sehen und genießen kann und ihn dadurch zum Bleiben veranlassen.

Der Charakter einer Straße kann auf die Art der Werbung eines Ortes von entscheidendem Einflusse sein, er kann insbesondere zu einer Gemeinschaftswerbung mehrerer an einer Straße gelegenen Orte führen, die als zugkräftigsten Punkt diese Straße in den Mittelpunkt ihrer Werbung stellen. Orte, die an berühmten Straßen, z. B. der Kesselbergstraße, der Bergstraße usw. liegen, sind besonders begünstigt. Es mag in diesem Zusammenhange auf eine besonders günstige Möglichkeit einer Gemeinschaftswerbung mehrerer Orte mit einer Ausrichtung auf die verbindende Straße hingewiesen werden: Die von München über Starnberg, Murnau nach Garmisch führende Olympia-Straße mit ihrer Fortsetzung nach Mittenwald und der möglichen Rückfahrt über Walchensee, Kochel nach München. Eine solche Gemeinschaftswerbung, ausgehend von den außerordentlich günstigen Straßenverhältnissen, müßte hinweisen auf die berühmten Orte, die man berührt, auf vier Seen, an deren Ufern die Straße entlangführt, auf Gebirge und vieles andere. Sache des einzelnen Ortes ist es dann, den Gast zu längerem Aufenthalt zu gewinnen.

Mit dem Fortschreiten der Motorisierung wird die Lösung der in Vorstehendem angedeuteten Schwierigkeiten immer notwendiger. Die Lösung wird jedoch erschwert durch die Schnelligkeit der Entwicklung der Motorisierung. Folgende Zahlen veranschaulichen diese rasche Entwicklung. Es betrugen die Zulassungen

	1932	1933	1934	1935
von Krafträdern	56 000	58 000	79 000	135 000
von Personenwagen	41 000	82 000	131 000	180 000

Die Schwierigkeiten, die durch dieses lawinenartige Anwachsen der Motorisierung entstehen, können nur durch eine zentrale Organisation des Fremdenverkehrs bewältigt werden, nur auf diese Weise ist es möglich, alle betroffenen Fremdenverkehrsgemeinden rechtzeitig zur Ergreifung vorsorglicher Maßnahmen zu veranlassen.

5. Die Werbung des Fremdenverkehrsortes.

Die Werbemöglichkeiten eines Fremdenverkehrsortes sind unerschöpflich. Sie zerfallen in zwei große Gruppen: Die „innere Werbung" — so könnte man den Komplex der Werbemöglichkeiten bezeichnen, die durch vorbildliche Aufnahme, durch Güte der Verpflegung, der Unterbringung, durch Vergnügen und Erholung für den Fremdenverkehrsort werben und die „äußere Werbung". Sie bezieht sich auf die Abfassung, Herstellung und Versendung von Werbemitteln, z. B. in Gestalt von Prospekten, Filmen, Postkarten, Plänen, Führern, Abzeichen, Plakaten, Zeitungsannoncen und Artikel, Diapositive, Vortragsmaterial usw.

„Fremdenverkehr ist für uns heute nicht in erster Linie eine wirtschaftliche, sondern eine ideelle Angelegenheit. Fremde, die zu uns kommen, bilden nicht willkommene Ausbeutungsobjekte und sind nicht eine Ware für eine vorbildlich organisierte Fremdenindustrie, sondern sind Gäste. Diese Tatsache muß im Vordergrunde der gesamten äußeren Werbung einer Stadt stehen"[44].

Bei der Fremdenverkehrswerbung, soweit sie sich auf den Autotourismus erstreckt, ist festzustellen, daß die innere Werbung des Fremdenverkehrsortes die weitaus wichtigere ist. Dies hängt mit den besonderen Gegebenheiten des Autotouristenverkehrs, seiner außerordentlichen Wendigkeit, um nicht zu sagen, Flüssigkeit zusammen. Wie schon weiter oben in dieser Arbeit ausgeführt wurde, hat der Autowanderer nur in seltenen Fällen ein genau bestimmtes Ziel. Darin besteht der eigenartige Reiz des Autowanderns. Für den Werbefachmann entsteht aber damit die Frage, wo und wie er mit seiner Werbung den Autotouristen erfassen kann. Gewiß, er wird in Prospekten, Filmen, Postkarten, Führern usw. die besonders günstigen Verkehrslage, die guten Straßen, die Schönheit einer Gegend für den Autofahrer hervorheben. Ein unmittelbarer Erfolg, wie in der übrigen Fremdenverkehrswerbung, die den Gast nach einem bestimmten Ort zieht, ist hier deshalb nicht zu erwarten, weil der Autotourist, wenn er sich überhaupt einen Plan macht, in diesem wohl den durch Werbung ihm als aufsuchenswert erscheinenden Ort vormerkt, den wirklichen Besuch, vor allem die Dauer des Aufenthaltes aber den jeweiligen Umständen am Platz überläßt. Wird er, seine Familie, sein Auto, im Fremdenverkehrsort gut aufgenommen, gefällt die Gegend, ist das Wetter entsprechend usw., so bleibt er. Mehr wie bei jedem anderen Gaste kommt es deshalb beim Automobilisten auf die Güte der inneren Werbung an. Während der mit der Eisenbahn reisende Fremde an einem Ort auch bei irgendwelchen Umständen, die ihm nicht zusagen, deshalb aushält, weil ihm ein Ortswechsel zu unbequem ist oder weil er humorvoll genug ist, diese beim Reisen mit in Kauf zu nehmen, sich höchstens vornimmt, nicht wiederzukommen, wird der Autotourist weiterreisen. Er ist von vornherein auf einen häufigen

44) Vgl. „Deutsche Werbung" 1935 Nr. 10, ein Brief über das Thema: „Wie wirbt die Stadt?", von Stadtrat Wolfrum, München.

Wechsel eingerichtet. Es wäre unrichtig, dem Autotouristen den übrigen Fremdenverkehrsgästen bei der Aufnahme am Fremdenverkehrsort den Vorzug zu geben, deshalb, weil er besonders leicht zu vergrämen ist. Richtig dagegen ist, daß das beste Mittel der durch den Autotourimns bedingten Aufenthaltsverkürzung Einhalt zu tun, das ist, daß der Fremdenverkehrsort und alles, was an Einrichtungen mit ihm zusammenhängt, das Mögliche leistet, um die besonderen Bedürfnisse des Autotouristen zu befriedigen.

Etwas anders, als beim motorisierten Fernreiseverkehr, liegen die Dinge beim motorisierten Wochenend-Ausflugsverkehr. Hier hat der Werbefachmann wesentlich geringere Schwierigkeiten, mit der äußeren Werbung zum Ziele zu kommen. Damit soll nicht gesagt sein, daß die innere Werbung hier eine zweitrangige Stellung einnimmt. Der motorisierte Ausflugsverkehr hat von vornherein ein bestimmtes örtliches Ziel und mit ihm eine bestimmte beschränkte Zeit. In den meisten Fällen ist auch ein bestimmter Zweck, z. B. Bergtour, Besichtigung einer Sehenswürdigkeit, Bademöglichkeit usw. gegeben. Ist der motorisierte Ausflügler einmal für ein bestimmtes Ziel gewonnen, so wird er diesen Ausflug auch durchführen. Er wird nicht so leicht unterwegs durch irgendetwas anderes von seinem Vorhaben abgelenkt, weil dazu meist nicht genügend Zeit vorhanden ist.

Man kann hier von einer gewissen Aufgabenteilung zwischen äußerer und innerer Werbung sprechen. Während das Ziel der äußeren Werbung ist, ein gewisses Ausflugsziel bekanntzumachen und den Fremdenverkehr an einen bestimmten Ort zu lenken, hat die innere Werbung dafür zu sorgen, daß der Gast bleibt oder wiederkommt. Von der inneren Werbung wird es also abhängen, ob der Ausflugsverkehr für den betreffenden Ort eine Dauererscheinung wird.

Da aber der motorisierte Ausflugsverkehr ständig im Wachsen ist, wird der Fremdenverkehrsort auch unter dem Gesichtspunkt der inneren Werbung all die Vorkehrungen treffen müssen, die im Vorhergehenden bereits besprochen wurden.

Was die Mittel der äußeren Werbung des Autotourismus, gleich ob es sich um Fernreiseverkehr oder Ausflugsverkehr handelt, betrifft, so ist festzustellen, daß sie in ihrer Wirksamkeit starke Unterschiede aufweisen. Während all den Werbemöglichkeiten, die in Schrift oder Bild den Autotouristen an seinem Heimatort zu erfassen trachten, mehr oder weniger Grenzen gesetzt sind, kommt der unmittelbaren Werbung des Fremdenverkehrsortes an Ort und Stelle erhöhte Bedeutung zu. Unter letzterer sind all die Möglichkeiten zu verstehen, die auf den Blickfang des Autotouristen zielen. So heißt es in einem Bericht eines Hoteliers über das Oberammergauer Passionsspiel im Jahre 1930 [45]):

---

45) Erfahrungen aus der Praxis von 1930: „Deutsche Hotelnachrichten" vom 6. 12. 1933.

„Der Gelegenheitsbesuch, soweit er durch die Passionsspiele verstärkt war, bestand fast nur aus Automobilisten. Diese Kategorie von Reisenden wird immer größer, aber schwer ist es, sie durch eine Werbung zu erfassen. Ein einziges Mal bemerkte ich, daß Gäste, (Holländer) sich anhand eines Clubverzeichnisses über die Hotels orientierten — bei uns wohnten sie indes, ohne daß wir darin aufgeführt waren. Ich halte nicht viel von der Werbung durch derartige Hotelverzeichnisse und Clubschildert. Nicht einmal eine großzügige Zeitungsreklame richtet bei den Automobilisten viel aus. Sie sind unabhängig in ihren Entschlüssen und lassen sich am liebsten vom eigenen Augenschein überzeugen. Wegweiser, gute Straßen, gute Lage des Hotels zur Straße, bequeme Einfahrt, gewinnende Fassade, mit einem Wort Blickfang, ist die beste Methode, den Automobilisten auf ein Hotel aufmerksam zu machen. Ob man ihn dann längere Zeit behält, hängt von den Leistungen ab, unter denen die Garage selbstverständlich von Bedeutung ist".

Nun ist allerdings eine gewisse Einschränkung des Gesagten insofern zu machen, als heute bei der gewaltigen Steigerung des Fremdenverkehrs die Beobachtung zu machen ist, daß die vorhandenen Quartiere in manchen beliebten Fremdenverkehrsorten meist in der Hauptreisezeit recht knapp sind. Es wird also auch der Autotourist mitunter gezwungen sein, seine Reiseroute vorher festzulegen und sich ein Quartier im voraus zu sichern, um nicht Gefahr zu laufen, nicht nur kostbare Zeit mit Quartiersuchen zu verlieren, sondern unter Umständen gar nichts zu finden und weiterfahren zu müssen. Unter solchen Verhältnissen kommt der Außenwerbung am Heimatorte des Autotouristen natürlich eine ganz wesentliche Bedeutung zu. Eine besondere Rolle spielt in diesem Falle die durch Reisebüros vermittelte Werbung der Fremdenverkehrsorte mittels Faltblätter und Wohnungsanzeiger. Ebenso auch die Werbung des D.D.A.C., der durch Zusammenstellung großer Reisen, Lieferung des notwendigen Kartenmaterials, Hinweise aller Art, den Autotouristen berät und damit als „Meinungsbildner" auftritt.

Die großzügigste Werbung wohl veranstaltet „Die Reichsbahnzentrale für den deutschen Reiseverkehr". Sie steht nicht nur im Dienste der Reichsbahn, sondern kommt allen zugute. Sie wirbt für alle Verkehrsmittel, für ganze Länder, für Bäder, Städte, Hotels usw., ja darüber hinaus für alles, was in Deutschland sehenswert ist. Einen Begriff von der Größe dieser Organisation mögen folgende Zahlen geben:

Es wurden im Jahre 1934 eine Million der deutschen Verkehrsbücher, davon 50% in fremden Sprachen hergestellt, weiter 2,5 Millionen Schriften, ¼ Million Plakate in allen Weltsprachen verbreitet. Musik und bildende Kunst, Universitäten und Museen, Wassersport, Tennis, Golf und Angeln, Trachten und Bräuche usw. bilden die Themen.

Anhand dieser Bücher und Schriften kann ein Verkehrsberater an irgendeinem Orte der Welt Auskunft auch über schwierige Fragen geben. Er kann z. B. durch eine Sonderschrift „Fishing in Germany" den In-

teressenten beraten, wo er im Schwarzwald ein Hotel mit eigenem Fischwasser für Forellenfang finden kann. Er kann Auskunft über Barockschlösser, Kunstschätze, Musik, Straßen usw. geben. Um weitere Auskünfte kann sich der Ausländer an die zuständigen Landesvertretungen der Reichsbahnzentrale für den deutschen Reiseverkehr wenden. Es bestanden 1934 allein 25 eigene Vertretungen, mehrere 100 Werbestützpunkte in der ganzen Welt. In den großen Weltstädten bestehen meist Auskunftsbüros in günstiger Verkehrslage, so z. B. das German Tourist Information Office in New York, das German Railways Information-Bureau in London, das Duitsch Verkehrsbüro in Amsterdam, das Bureau des Renseignements Touristique des Chemine der Fer Allemands in Paris, weiter Büros in Zürich, Rom, Belgrad usw. Hier ist alles zu haben: fertige Reisepläne, Schriften, Fotos, Fahrpläne, Films, Diapositive, Zeitschriften, Aufsätze usw. Ein großer Teil dieser großzügigen Werbemaßnahmen ist auf Werbung im Auslande abgestellt. Für die Werbung des ausländischen Autotouristen kommt ihnen große Bedeutung zu und zwar deshalb, weil der ausländische Automobilist, der Deutschland besuchen will, sich in den meisten Fällen vorher genau über das Land, seine Straßen, seine Verkehrseinrichtungen, Fremdenverkehrsorte, Sehenswürdigkeiten informiert. Es ist beim ausländischen Autotouristen die Möglichkeit, so aufs Geratewohl in die Welt hinauszufahren, nicht so leicht gegeben. Die Fremdheit der Verhältnisse zwingt ihn, sich vorher Auskunft zu holen; hier kann er durch die Außenwerbung erfaßt werden.

In diesem Zusammenhang ist auf die Wichtigkeit der Gemeinschaftswerbung für die Erfassung des Autotourismus hinzuweisen. Die Stärke der Gemeinschaftswerbung liegt in der Möglichkeit, für ein ganzes Gebiet zu werben. Sie entspricht damit dem Charakter und der Beweglichkeit des Autotourismus. Zugleich wird sie durch organisatorische Zusammenfassung in wenige Träger der Werbung billiger und außerdem wirksamer. Ganz im Gegensatz zur Einzelwerbung, die an der großen Beweglichkeit „des Verkehrsmittels Auto" ihre Grenze findet, hat die Gemeinschaftswerbung mit dieser starken Beweglichkeit nicht zu kämpfen, da sie für ein mehr oder weniger großes geschlossenes Fremdenverkehrsgebiet wirbt, innerhalb dessen der Autotourist hinreichend Möglichkeit hat, sich nach eigenem Ermessen frei zu bewegen.

Fassen wir das Ergebnis zusammen, so kommen wir zu folgender Feststellung:

Bei der Einzelwerbung des Autotourismus kommt im allgemeinen der inneren Werbung größere Bedeutung zu als der äußeren, jedoch erhöht sich für Zeiten großen Fremdenandranges die Aussicht der Einzelwerbung. Desgleichen gewinnt diese auch bei der Werbung des Ausländers an Bedeutung. Eine wesentlich größere Rolle spielt für die Außenwerbung die Gemeinschaftswerbung, auch wiederum in bevorzugtem Maße im Ausland.

Zahlenmäßige Ergebnisse über den Erfolg der Einzelwerbung gegenüber der Gemeinschaftswerbung, sowie der inneren gegenüber der äußeren

Werbung, liegen nicht vor und zwar allein schon deshalb, weil die Ergebnisse einer Werbung im Fremdenverkehr zahlenmäßig so gut wie überhaupt nicht erfaßt werden können.

Leider steht für den Anteil des Autos am Winterfremdenverkehr keine Statistik zur Verfügung. Folgende Zahlen geben einen Überblick über die Entwicklung des Fremdenverkehrs im Winter für einige süddeutsche Wintersportgebiete:

im	1928/29	1931/32	1933/34	1934/35
Frühjahr	25,9	23,9	24,7	23,7
Sommer	46,1	45,8	42,9	37,6
Herbst	21,3	21,2	22,2	24,2
Winter	6,7	9,1	10,2	14,5
Zusammen:	100,0	100,0	100,0	100,0 [46]

6. Die Jahreszeiten im Fremdenverkehr.

Im Gegensatz zur Eisenbahn ist das Auto von Einflüssen der jahreszeitlich bedingten Witterung nicht unabhängig. Im Winter z. B. ist das Fahren auf vereisten und verschneiten Straßen, vor allem im Gebirge, teils sehr behindert, teils sogar unmöglich. Kälte, Nebel, aufgeweichte Straßen, früh einsetzende Dunkelheit, sind die Hinderungsgründe. Trotzdem ist festzustellen, daß das Auto auch im Winter immer mehr zum Verkehrsmittel wird. So haben vom Hundert der Jahresmenge an Kraftfahrzeugen die Reichsgrenzen überschritten:

Gebiete	Zahl der Orte	Fremdenmeldungen im Winter 1. Okt. bis 31. März			Zunahme 1935/36 gegen 1924/25 in v. H.
		1924/25	1929/30	1935/36	
Allgäu	12	11 614	19 426	45 096	288,3
Werdenf. Ld.	26	27 624	36 243	72 340	161,8
Berchtesg. Ld.	3	11 848	11 528	29 130	145,8
Kochel u. Umg.	3	1 965	2 708	4 976	153,2
Schlier- u. Teg.See	5	7 888	8 573	15 795	100,2
Chiemgau	4	1 166	2 460	9 160	685,6
Inngau	2	774	692	2 178	181,4
Alpenvorland	3	1 742	2 656	3 232	85,5
Bayer. Wald	6	3 043	6 647	7 133	134,4

46) Aus der Zeitschrift „Der Fremdenverkehr“ Nr. 2, S. 12 vom 9. 5. 1936. „Deutscher Kraftfahrzeugverkehr 1935“ von Dr. Franz Schuhwerk, München.

Gebiete	Zahl der Orte	Fremdenübernachtungen im Winter 1. Okt. bis 31. März			Zunahme 1935/36 gegen 1924/25 in v. H.
		1924/25	1929/30	1935/36	
Allgäu	12	95 148	119 340	368 716	306,4
Werdenf. Ld.	6	153 508	218 698	547 663	256,8
Berchtesg. Ld.	3	77 965	108 702	219 280	181,3
Kochel u. Walch.S.	3	14 704	19 488	32 583	121,6
Schlier- u. Teg.S.	5	23 078	27 678	95 279	312,9
Chiemgau	4	1 527	5 912	69 528	4453,2
Inngau	2	1 584	2 310	18 912	1093,9
Alpenvorland	3	8 285	12 532	18 003	117,3
Bayer. Wald	6	6 721	12 860	9 624	43,3 [47][48]

Hält man die Ergebnisse dieser beiden und der oben angeführten Kraftwagenstatistik zusammen, so dürfte die Behauptung, daß das Auto mehr und mehr zum Reiseverkehrsmittel auch im Winter wird, stimmen.

Diese Entwicklung ist zurückzuführen, einmal auf technische Verbesserungen, die die letzten Jahre für die Benützung des Autos im Winter gebracht haben (Brennstoff!), weiter auf die Verbreitung des Wintersports und die immer mehr in die breite Masse dringende Erkenntnis von den außerordentlichen Erholungsmöglichkeiten, die der Winter bietet.

Während der Winterreiseverkehr anfangs seine Ursache fast nur im Sport hatte, wird der Winter in jüngster Zeit mehr und mehr die Zeit des Erholungsaufenthaltes.

Auf diese Tatsache hat sich auch die Werbung einzustellen; es muß versucht werden, sie nicht nur auf den Wintersport abzustellen, wie dies bisher in Form von Veranstaltungen der Fall war, sondern auch auf den Erholungsreisenden.

---

47) Entnommen der Zeitschrift „Der Fremdenverkehr“ N. 28 vom 7. 11. 1936 „Winterfreuden und Reiselust“.

48) Die einzelnen Orte sind:

Im Allgäu: Oberstdorf, Hindelang, Nesselwang, Sonthofen, Füssen, Tiefenbach, Fischen, Gunzesried, Scheidegg, Schwangau, Unterjoch, Rettenberg.

Im Werdenfelser Land: Garmisch-Partenkirchen, Mittenwald, Oberammergau, Obergrainau, Ettal, Kohlgrub.

Im Berchtesgadener Land: Bad Reichenhall, Berchtesgaden-Markt, Berchtesgaden-Land.

Im Kochel- u. Walchenseegebiet: Krün, Kochel, Schlehdorf.

Im Schlier- u. Tegernseegebiet: Schliersee, Tegernsee, Rottach, Fischbachau, Miesbach.

Im Chiemgau: Ruhpolding, Reit i. Winkel, Prien, Grassau.

Im Inngau: Oberaudorf, Brannenburg.

Im Alpenvorland: Starnberg, Schäftlarn, Tutzing.

Jedoch wird die Werbung, die sich auf den Autotourismus bezieht, deshalb auf erhöhte Schwierigkeiten stoßen, weil das Auto im Winterreiseverkehr mehr den Charakter des Verkehrsmittels hat und nicht, wie im Sommer, das Fahren selbst als Vergnügen zu werten ist.

Es bedarf auch kaum der Erwähnung, daß die Benützung des Autos im Winter an die am Fremdenverkehr Beteiligten erhöhte Anforderungen stellt, z. B. für die Instandhaltung der Verkehrswege, Bereitstellung von geheizten Unterkunftsräumen usw.

Ein äußerst erfreulicher Umstand aber ist der, daß dieser gesteigerte Winterverkehr einmal eine Entlastung des Sommerreiseverkehrs bringt, weiter, zusätzlichen Fremdenverkehr schafft. Diese beiden Tatsachen haben für das Fremdenverkehrsgewerbe höchste Bedeutung. Es wird der Saison-Charakter des Fremdenverkehrs zwar nicht beseitigt, aber doch wesentlich gemildert. Die allzu starke Konjunkturempfindlichkeit des Fremdenverkehrs wird verringert, Fehlinvestionen, besonders im Beherbergungsgewerbe, werden vermindert und damit die Leistungen des gesamten Gewerbes gesteigert.

Durch Lösung der Frage einer gleichmäßigeren Verteilung des Reiseverkehrs auf die einzelnen Jahreszeiten, könnte jedenfalls das gesamte Fremdenverkehrswesen auf eine stabilere Grundlage gebracht werden. Die Vorteile daraus würden den Fremdenverkehrsgewerben wie den Reisenden gleichermaßen zugute kommen.

III. Abschnitt.

Zusammenfassung und Ergebnis.

Als Ergebnis dieser Arbeit ist folgendes festzustellen:

Die politische, wirtschaftliche und kulturelle Bedeutung des Fremdenverkehrs ist gewaltig gestiegen. Anstelle der alten unübersichtlichen Verhältnisse ist eine klare, auf wenigen wohldurchdachten Grundsätzen aufgebaute Organisation entstanden, die ständischen Charakter trägt. Das Vielerlei von Belangen der verschiedensten Interessenten hat einem einheitlichen, gleichgerichteten Zusammenarbeiten aller Beteiligten Platz gemacht.

Für das gewaltige Wachsen des Fremdenverkehrs war von entscheidender Bedeutung die gleichzeitig einsetzende Motorisierung Deutschlands. Sie hat Wandlungen und Verlagerungen auf allen Gebieten des Fremdenverkehrs zur Folge gehabt. Teilweise sind die Veränderungen noch nicht abgeschlossen.

Das Auto hat insbesondere den Reisestil verändert. Hervorzuheben ist, daß das Autowandern den Großstädter wieder in Berührung mit der Natur gebracht hat, daß andererseits infolge der Schnelligkeit des Reisens nur zu leicht anstelle einer Fülle von Erlebnissen und Bildern nur verschwommene und wesenlose Eindrücke beim Reisenden zurückbleiben. Auch die Reichsautobahnen haben einen neuen Stil des Reisens im Gefolge, der in einem großzügigen Erfassen des Wesentlichen der Landschaft sein Gutes hat.

Die Formen des Reisens sind ebenfalls durch das Auto verändert worden. Während die Massenreise immer mehr dem Verkehrsmittel Eisenbahn überlassen bleibt, wird das Auto der eigentliche Verkehrsträger der Gemeinschafts- und Einzelreise. Jedoch ist festzustellen, daß die Motorisierung, insbesondere in Form der Gesellschaftsreise gewisse, für das Fremdenverkehrsgewerbe nachteilige Wirkungen gezeitigt hat. So wird z. B. eine breitere wirtschaftliche Auswirkung des Fremdenverkehrs durch die starke Beschleunigung dieser Reisen verhindert.

Die Wirkungen der Motorisierung auf den Fremdenverkehrsort sind mannigfache, so bewirkt z. B. die Verkehrsverlagerung das Entstehen neuer Fremdenverkehrsorte, während andererseits alte Fremdenverkehrsorte eine Verminderung ihrer Besuchezahl feststellen müssen. Es wird weiter der kleine Ausflugsverkehr der Großstädte zum richtigen Fremdenverkehr, der sich über die weitere Umgebung der Städte erstreckt. Die Motorisierung bewirkt eine Auflockerung der Verkehrsmittelpunkte und eine gewaltige Steigerung des Durchgangsverkehrs mit allen seinen für

den Fremdenverkehr angenehmen und unangenehmen Folgen. Festzustellen ist ferner ein Ausgleich innerhalb der Fremdenverkehrsorte.

Bei der Untersuchung der Auswirkungen der Motorisierung auf das Beherbergungsgewerbe wurde festgestellt, daß der durch die Einkommenslage bedingte Hang zur Einfachheit der Reisenden eine Abwanderung vom Luxushotel zum Familienhotel und zum einfachen Gasthaus im Gefolge hatte. Besonders gefährlich ist dabei die Schnelligkeit der Entwicklung. Starken Einfluß hat die Motorisierung auf den Betrieb des Hotels, der sich in vieler Beziehung umstellen muß. Die Kostenlage des Beherbergungsgewerbes erfährt durch die stark angestiegenen Passantenziffern und die Zurückverdrängung des Dauergastes eine Verschlechterung, während andererseits durch die Motorisierung eine allgemeine, auch dem Beherbergungsgewerbe zugute kommende Belebung des Fremdenverkehrs zu verzeichnen ist.

Erhöhte Bedeutung hat für den Fremdenverkehrsort die Frage der Bereitstellung von Parkplätzen und Garagen. Sie wird umso schwieriger, je größer der Ort. Schwierigkeiten bestehen für die Garagenbesitzer in den täglichen und jahreszeitlichen Schwankungen der Garagenbesetzung. Der Verkehrspolitiker hat gegen das häufige Stehenlassen der Fahrzeuge auf den Straße zu kämpfen, das zu Verkehrsstörungen führt. In kleineren Fremdenverkehrsorten wird ein großer Teil der Garagen von Privatvermietern zur Verfügung gestellt, was jedoch leider heute zur Bereitstellung von Unterkunftsräumen führt, die vom Gesichtspunkt der Verschönerung des Ortsbildes abzulehnen sind.

Auf dem Gebiete des Straßenwesens hat die Motorisierung mannigfache Probleme für den Fremdenverkehrsort mit sich gebracht. Von der Führung der Straße hängt zum Teil der Eindruck ab, den der Fremde vom Orte gewinnt. Besonders gefährlich ist für den Fremdenverkehr die durch den Straßenlärm hervorgerufene Ruhestörung der Gäste. Ringstraßen bedeuten aber nur eine teilweise Lösung. Wichtig für den Fremdenverkehrsort, besonders in Bezug auf seine Werbung, ist der Charakter der Straße.

Größten Einfluß hat die Motorisierung auf den Charakter der Fremdenverkehrswerbung. Sowohl die innere wie die äußere Werbung hat sich auf sie einzustellen. Wichtiger ist, wegen der Beweglichkeit des Autotourismus, die innere Werbung. Dagegen hat die äußere Werbung größere Wirkung bei der Erfassung des motorisierten Ausflugsverkehrs und des Ausländerverkehrs. oder auch in Zeiten der sommerlichen Hochsaison, wenn der Autoreisende gezwungen ist, sich vorher Quartier zu bestellen.

Die Gemeinschaftswerbung ist, infolge der durch sie möglichen Erfassung eines größeren Fremdenverkehrsgebietes, als die für die Motorisierung geeignetste Werbeart hervorzuheben.

Die Motorisierung hat den Fremdenverkehr außerordentlich gesteigert, ja, es ist der Fremdenverkehr in seinem heutigen Ausmaß ohne das Verkehrsmittel Auto gar nicht denkbar. Von dieser wichtigsten Tatsache abge-

sehen, hat die Motorisierung den am Fremdenverkehr Beteiligten große Aufgaben gestellt, darüber hinaus aber Schwierigkeiten entstehen lassen, deren Beseitigung, soweit sie überhaupt möglich ist, noch lange Zeit beanspruchen wird.

Festzustellen ist, daß die Fremdenverkehrspolitik aus wirtschaftlichen, kulturellen und sozialen Gesichtspunkten das Bedürfnis und die Pflicht hat, sich gegen die allzu starke Flüchtigkeit und Hast des Reisens zu wenden.

Diese Aufgabe der Fremdenverkehrspolitik erstreckt sich auch auf die Motorisierung; denn das Auto hat mehr als die anderen Verkehrsmittel zu einer Beschleunigung des Reisens beigetragen.

Es wird sich hierbei weniger um gesetzliche Maßnahmen handeln, als vielmehr um eine Korrektur des Verhältnisses des Menschen zum Verkehrsmittel Auto. Diese wird aber nur durch systematische Erziehung des Autotouristen unter Einsatz insbesondere aller Werbemittel zu erreichen sein.

Literaturverzeichnis.

Bormann, A.:	Die Lehre vom Fremdenverkehr, Berlin 1931.
Glücksmann, R.:	Fremdenverkehrskunde, Bern 1935.
Häußler, X.:	Der Fremdenverkehr, Leipzig 1930.
Lotz, G.:	Gegenwartsprobleme des Hotelwesens, Würzburg 1935.
Neff, P.:	Über den internationalen Reiseverkehr als Wirtschaftsproblem, Köln 1921.
Rockstroh, A.:	Die Fremdenverkehrsbilanz, München 1933.
v. Schullern zu Schrattenhofen, H.:	Fremdenverkehr und Volkswirtschaft. Conrads Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik, Band 42.
Weber, Ad.:	Handels- und Verkehrspolitik, München und Leipzig 1933.

„Fremdenverkehr", herausgegeben von der Industrie- und Handelskammer, Berlin 1929.
„Beiträge zur Konjunkturlehre", S. 89.
„Grundsätzliches über Fremdenverkehr und Konjunkturforschung" von Adolph Günther.
Handwörterbuch der Staatswissenschaften, IV. Auflage, Band IV.
Statistisches Jahrbuch für Bayern, Jahrgang 1934 und 1936.
Statistisches Jahrbuch für das Deutsche Reich, Bände 1933, 1934, 1935, 1936.
Gesetzessammlung Pfundtner-Neubert, Berlin seit 1933.
Mitteilungsblätter der Wirtschaftsgruppe Beherbergungsgewerbe.
Mitteilungsblätter der Wirtschaftsgruppe Reichsvermittlungsgewerbe.
Die Wirtschaftskurve; herausgegeben unter Mitwirkung der Frankfurter Zeitung, Frankfurt.
Statistisches Jahrbuch Deutscher Gemeinden, 29/30 Jahrgang.

Zeitschriften.

Deutsche Hotel-Nachrichten, Hamburg.
Archiv für den Fremdenverkehr, Berlin.
Der Bayerische Gastwirt und Hotelier, München.
Der Fremdenverkehr.
Reichsorgan für den deutschen Fremdenverkehr, Berlin.
Der deutsche Volkswirt, Berlin.
Wirtschaft und Statistik, herausgegeben vom Statistischen Reichsamt, Berlin.
Wochenberichte des Instituts für Konjunkturforschung, Berlin.
Deutsches statistisches Zentralblatt, Organ der deutschen statistischen Gesellschaft, Leipzig.
Vierteljahrshefte zur Statistik des Deutschen Reichs, herausgegeben vom Statistischen Reichsamt, Berlin.

Die deutsche Werbung, Zeitschrift für Wirtschaftswerbung und Werbefachwelt, Berlin.
Reichsverwaltungsblatt, Band 57.
Die Frankfurter Zeitung, Frankfurt.
Der Völkische Beobachter, München.
„Wirtschaftsdienst", Hamburg.
„Die deutsche Volkswirtschaft", Berlin.
„Der praktische Betriebswirt", Berlin.
„Der Gemeindetag", Zeitschrift für deutsche Kommunalpolitik, Stuttgart und Berlin.
Motorwelt, „Die illustrierte Halbmonatsschrift des DDAC", Berlin.
Deutsche Verkehrsblätter,
Pressedienst der Reichsbahnzentrale für den deutschen Reiseverkehr G. m. b. H., Berlin.
Deutsche Wirts-Zeitung,
Mitteilungsblatt der Bezirksgruppe Württemberg, der Wirtschaftsgruppe Gaststätten- und Beherbergungsgewerbe, Stuttgart.
Wirte-Zeitung,
Amtsblatt der Bezirksgruppe Mitteldeutschland der Wirtschaftsgruppe Gaststätten und Beherbergungsgewerbe, Magdeburg.
Die Gaststätte der Nordmark,
Amtliches Organ der Bezirksgruppe Nordmark der Wirtschaftsgruppe Gaststätten- und Beherbergungsgewerbe, Hamburg.
Wirtezeitung für Niedersachsen, Hannover.
Sächsische Gaststätten-Nachrichten, Leipzig.
Die Schlesische Gaststätte, Breslau.
Ostpreußische Gastwirte-Zeitung, Königsberg.
Berlin-Brandenburgische Gastwirts-Zeitung, Berlin.
Das Gasthaus, Danzig.
Rheinische Hotel- und Wirte-Zeitung, Düsseldorf.